

TAMPEREEN YLIOPISTO

Anu Ritvanen

MITEN LUKIJASUHDE SYNTYY?

Uusien palkäneläisten Sydän-Hämeen Lehden tilaajien haastattelututkimus.

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Syyskuu 2015

Tutkielman aiheena oli selvittää lukijasuhteen syntyä paikallislehti Sydän-Hämeen Lehden uusien pälkäneläisten lukijoiden keskuudessa. Uudet lukijat olivat muuttaneet noin vuoden sisällä Pälkänelle, missä he eivät olleet asuneet aikaisemmin vakituisesti. Haastateltaviksi valikoitui kahdeksan henkilöä. Selvittääkseni lukijasuhteen syntyä käytin apuna kysymyksiä siitä, miksi ja miten uudet lukijat lukevat Sydän-Hämeen Lehteä, millainen asema Sydän-Hämeen Lehdellä on lukijoiden arjessa, ja miten he kokevat lehden ja sen lukemisen. Selvitin myös miten uudet lukijat parantaisivat Sydän-Hämeen Lehteä. Teoriatausta pohjautui käyttötarve- ja lukemistutkimukseen sekä yleisö- ja mediaetnografiaan.

Päätutkimusmenetelmänä käytin teemahaastatteluja, joiden avulla selvitin haastateltavien suhdetta Sydän-Hämeen Lehteen, Pälkäneseen ja alueen ihmisiin. Apumenetelminä käytin kyselylomakkeita, joissa tiedustelin haastateltavien median käyttöä yleensä, paikallismedioiden käyttöä ja heidän taustatietojaan. Lisäksi tein lukemistutkimuksen, johon sovelsin obsläs-menetelmää. Toisin sanoen selasin haastateltavan kanssa hänen viimeksi lukemansa lehden lävitse ja merkitsin lehteen kaikki kohdat, mitkä haastateltava kertoi huomanneensa tai lukeneensa.

Päähavaintoni oli, että uudelle paikkakunnalle muuttajan tiedontarve on suuri, mutta henkilökohtaiset erot lukemisessa ovat merkittäviä. Useat haastateltavat lukivat muuton alussa lehden sisältöä laajasti muodostaakseen kokonaiskuvan paikkakunnasta ja lähialueista. Myöhemmin lukeminen muuttui valikoivammaksi. Lukijat, joiden sosiaaliset suhteet muihin paikkakuntalaisiin jäivät etäisiksi, kertoivat eniten lukemisen vähentymisestä. Ihmiset, joilla oli tai oli syntymässä merkityksellisiä kontakteja muihin Pälkäneseen asukkaisiin, suhtautuivat paikkakuntaan ja paikallislehteen kaikkein myönteisimmin. Vaikuttikin siltä, että sosiaalisilla suhteilla oli vahva vaikutus lukijasuhteen syntyyn. Mitä enemmän ja tärkeämpiä kontaktit olivat, sitä innokkaampia lukijat olivat tutustumaan lehden sisältöön. Sisältö tarjosi keskustelunaiheita sekä kodin ulkopuolella että perhepiirissä.

Lukijasuhdetta heikensi asioiden, tapahtumien tai paikkojen vieraus. Sydän-Hämeen Lehti ilmestyy sekä Pälkänellä että Kangasalla, joissa molemmissa on tapahtunut useampia kuntaliitoksia. Esimerkiksi paikannimet, jotka voivat olla toimittajille ja vakituksille asukkaille tuttuja, pitäisi avata paremmin. Toisaalta osa lukijoista näki paljonkin vaivaa täydentääkseen lehden välittämää tietoa esimerkiksi internetistä tai kartoista. Lukijasuhteen syntymistä ja vahvistumista voi helpottaa lukijan opastamisella ja perusteellisella taustoittamisella. Lehtiuidistuksessa Sydän-Hämeen Lehti selkeytti alueiden ja kylien ilmaisemista ja lisäsi faktalaatikoiden käyttöä jutuissaan. Yksi keino auttaa lukijoita kiinnittymään paikkaan ja sen ihmisiin, on järjestää lukijatapahtumia, joissa ihmisillä on mahdollisuus tutustua toisiinsa ja paikkakuntaan.

1. JOHDANTO.....	4
2. YLEISÖTUTKIMUS, IDENTITEETTI JA PAIKALLISLEHTI	4
2.1. Erilaisia lähestymistapoja yleisön tutkimiseksi	5
2.1.1. MCR-tutkimuksen käyttötartvetutkimus	5
2.1.2. Kulttuurinen yleisötutkimus ja mediaetnografia	6
2.1.3. Akateemiset lukijatutkimukset	8
2.1.4. Kaupalliset lukija- ja lukemistutkimukset	9
2.2. Paikan, identiteetin ja aluetietoisuuden käsitteet sekä niiden liittyminen journalismiin.....	11
2.2.1. Tilan muuttuminen merkitykselliseksi paikaksi	11
2.2.2. Identiteetti, aluetietoisuus, samastuminen.....	12
2.2.3. Joukkotiedotuksen rooli	13
2.3. Paikallislehden määritelmät ja tehtävät	14
2.4. Paikallislehdet murroksessa	15
3. PÄLKÄNE JA SYDÄN-HÄMEEN LEHTI	17
3.1. Sydän-Hämeen Lehden levikin muutokset.....	17
3.2. Sydän-Hämeen Lehti osana valtakunnallista lukijatutkimusta	18
4. METODIT JA AINEISTON KUVAILU	20
4.1. Miksi valitsin teemahaastattelun menetelmäksi	20
4.2. Haastateltavien valinta.....	21
4.3. Haastattelutilanteen toteuttaminen käytännössä.....	22
4.4. Lukemis- eli obsläs-tutkimuksen taustaa	23
4.5. Kyselyiden ja haastattelurungon laatiminen.....	23
4.6. Haastattelujen purkaminen ja teemoittelu.....	24
4.7. Kyselyiden käsittely ja haastateltavien kuvailu	25
4.8. Lukemistutkimuksen havaintojen kerääminen ja taltiointi.....	26
5. SYDÄN-HÄMEEN LEHDEN ROOLI UUDEN LUKIJAN ELÄMÄSSÄ.....	28
5.1. Vastaajien mediankäyttö yleensä	28
5.2. Paikallismedioiden seuraaminen yleensä ja Sydän-Hämeen Lehden rooli.....	29
5.3. Teemojen esittely	33
5.3.1. Tiedontarve tekee lukijan	34
5.3.2. Lehti palvelee sosiaalisia suhteita.....	35
5.3.3. Lehden rooli kotiutumisessa.....	36
5.3.4. Lehti kuluttajatiedon lähteenä	38
5.3.5. Lukukokemukset	39
5.4. Uusien lukijoiden antama palaute ja ehdotukset lehden parantamiseksi.....	41
5.5. Kontaktien, paikkakunnan ja lehden kietoutuminen toisiinsa.....	44
6. POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	47
6.1. Miten lukijasuhde syntyy?.....	47
6.1.1. Miksi Sydän-Hämeen Lehteä luetaan?	47
6.1.2. Miten uudet lukijat lukevat Sydän-Hämeen Lehteä?	49
6.1.3. Miten uusien lukijoiden lukijasuhdetta voi vahvistaa?.....	50
6.2. Miten tutkimus onnistui?	52
6.3. Jatkotutkimuksen aiheet	52
LÄHTEET	54
LIITTEET	547

1. JOHDANTO

Kiinnostukseni lukijasuhteen syntyyn kumpuaa omista kokemuksistani. Olen muuttanut useita kertoja elämäni aikana: aluksi vanhempien mukana, 1980-luvun lopusta lähtien opiskelujen, työn tai oman perheen vuoksi. Muutot ovat merkinneet paitsi jokapäiväisten paikkojen ja ihmisten vaihdosta, myös totuttelemista vieraisiin sanomalehtiin. Joissain paikanvaihdoksissa on riittänyt, että totuttelee lukemaan uutta ilmaisjakelu- tai paikallislehteä, kun taas toisissa tapauksissa muutto on merkinnyt siirtymistä myös uuden maakuntalehden levikkialueelle.

Vaihtaminen maakuntalehdestä toiseen on ollut mielestäni kivuttomampaa kuin uuteen paikallislehteen tutustuminen. Maakuntalehden vaihtuessa toiseen on kotimaan uutisissa kuitenkin tuttu valtakunnallinen kosketuspinta, mikä taas puuttuu paikallisuutisista, kun paikkakunta vaihtuu. Uuteen opiskelu- tai työpaikkaan sopeutumisen ohella muuttaja haluaa oppia tuntemaan lähiympäristöään ja selvittää arkiset asiointipaikat. Paikallislehden itselle vieraat ihmiset, tapahtumat, paikat ja irrallisina näyttäytyvät uutiset ja jutut saattavat hämmentää ja turhauttaa, vaikka tiedonjano on suurimmillaan.

Moni paikallislehti ei varsinaisesti helpota prosessia, jossa uusi lukija yrittää päästä sisälle paikkakunnan asioista. Joskus paikallislehden toimitus on tehnyt lehteään vuosia, ellei peräti vuosikymmeniä, jolloin lukijoiksi helposti mielletään pitkäaikaiset kanssa-asukkaat ja uskolliset tilaajat. Lukijakunnan rakenne ja väestön ikääntyminen ovat omiaan vahvistamaan ajatustapaa. Taustoittaminen saattaa tuntua tarpeettomalta toistolta varsinkin pitkien, toistuvien tapahtumaketjujen yhteydessä. Joissain paikallislehdissä myös rakennetaan ja ylläpidetään yhteisöllisyyttä niin antaumuksellisesti, että sivullista huvittaa. Itselle vieraan ja merkityksettömän – joskus vähäväkisenkin – kylätapahtuman hehkuttaminen voi tuntua nurkkapatrioottiselta liioittelulta, johon ei voi samastua parhaalla tahdollakaan.

Jos uusien, väli aikaisten tai vasta yhteiskunnallisten asioiden seuraamista aloittelevien nuorten tarpeita ei oteta huomioon, saattavat uutiset ja jutut jäädä uuden lukijan silmissä käsittämättömiksi ja irrallisiksi, mistä ei löydy yhtymäkohtia sen enempää omaan elämään kuin mihinkään muuhunkaan.

Sanomalehtien lukeminen vähenee ja maakuntalehtien tilaajamäärät laskevat, vaikka paikallisuutiset kuuluvatkin lehtien luetuimpiin osioihin. Paikallislehtien tilaajatkin vähenevät, vaikkakin hieman hitaammin. Internet ja sosiaalinen media kaikkine seurannaisilmiöineen voi vähentää myös tarvetta paikallislehden tilaamiseen. Lisäksi kuntaliitokset loitontavat päätöksentekoa ihmisten lähiympäristöstä suuriin keskuksiin, mikä on myös omiaan murentamaan paikallisidentiteettiä. Muuttoliike ja juurettomuus yhdessä uusien median käyttötottumusten kanssa voivat koitua paikallislehtien tappioksi. Siksi olisi syytä helpottaa jokaisen uuden lukijan sitoutumista lehteen. Sitoutumista kuitenkin tapahtuu edelleen, kun muuttaja tai uusi lukija kotiutuu ja ihmisiin, paikkaan ja lehteen syntyy side. Se, miten ja milloin sidos syntyy, onkin jo vaikeampi selittää.

Tässä tutkimuksessa tutkinkin vastikään Pälkäneelle muuttaneiden uusien Sydän-Hämeen Lehden lukijoiden lukijasuhteen muodostumista.

Päätutkimuskysymykseni on: Miten lukijasuhde syntyy?

Apukysymyksinä käytän seuraavia kysymyksiä:

Miksi ja miten uudet lukijat lukevat Sydän-Hämeen Lehteä?

Millainen asema Sydän-Hämeen Lehdellä on lukijoiden arjessa, ja miten he kokevat lehden ja sen lukemisen?

Miten uudet lukijat parantaisivat Sydän-Hämeen Lehteä?

2. YLEISÖTUTKIMUS, IDENTITEETTI JA PAIKALLISLEHTI

Luvussa 2 tarkastelen yleisö- ja lukijatutkimuksen historiaa, jotta voin myöhemmin paikantaa oman tutkimukseni lukijatutkimuksen kenttään. Sen jälkeen kohdennan teoriataustoituksen paikan, identiteetin ja aluesamastumisen käsitteistä muuttamiseen ja muihin tutkimuksen kannalta olennaisiin käsitteisiin. Viimeiseksi käsittelen vielä paikallislehden määritelmiä, tehtäviä ja murrosta.

2.1. Erilaisia lähestymistapoja yleisön tutkimiseksi

Yleisö on aina kiinnostanut ja tulee kiinnostamaan tutkijoita. Tämä on ilmeistä monestakin syystä: yleisö muuttuu ja elää yhteiskunnan muutosten mukana, jolloin tutkijat saavat uutta pontta lähestyä yleisöä uusista näkökulmista. Lukeva, katsova ja kuunteleva yleisö on viestimien elinehto sekä kaupallisesti että legitimitietin kannalta. Yleisön mielenliikkeissä tiivistyy välineen ja sen yleisön perustavaa laatua oleva suhde.

Aluksi asemoin oman tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen yleisötutkimuksen kenttään Seija Ridellin tarjoamien jäsennysten avulla. Ridell jakaa akateemisen yleisötutkimuksen kentän karkeasti kahteen kauteen: Mass Communication research -perinteeseen (MCR) ja kulttuuriseen yleisötutkimukseen. MCR-perinteen sisällä hän erottelee yleisötutkimuksen (johon hän lukee myös vaikutustutkimuksen) ja käyttötarkoitustutkimuksen. (Ridell 1998, 434.)

Näistä nostan hieman lähempään tarkasteluun kaksi työlleni olennaista suuntausta, käyttötarvetutkimuksen ja mediaetnografian, joista siirryn vielä lukijatutkimuksiin. Luvun lopussa käsitelen vielä erilaisia lukija- ja lukemistutkimuksia.

2.1.1. MCR-tutkimuksen käyttötarvetutkimus

Joukkoviestintätutkimusta 1900-luvun alusta 1960-luvun lopulle saakka hallinnut MCR-perinne keskittyi joukkoviestinnän vaikutusten tutkimiseen. Tutkimussuuntaus näki viestinnän siirtona ja vastaanottajat passiivisena yleisömassana, joka vastaanottaa viestit ilman kritiikkiä. Pessimistisimmän näkemyksen mukaan joukkoviestintä toimi lääkeruiskun tavoin syöttäessään tietyn vaikutuksen yleisöönsä. H. D. Lasswell tiivisti oppisuunnan idean sloganiin ”kuka sanoo, kenelle, mitä sanoo, minkä kanavan välityksellä ja millä vaikutuksella”. Samoihin aikoihin Lasswellin kanssa 1940-luvun lopussa Shannon ja Weaver tekivät tunnetuksi viestinnän siirtomallin, missä joukkoviestintä käsitetään yksisuuntaiseksi ja hallitsevaksi. Empiiristä tutkimusta innoittivat silloiset uudet viestimet, kuten elokuva, radio ja televisio. (Hujanen 2007, 52.)

Tutkimukset kantoivat hedelmää, jolloin yksioikoinen kuva vaikutuksille alttiista massayleisöstä sai jatkokseen uuden näkemyksen yleisöistä, jotka käyttävätkin viestimien sisältöjä omien tarpeidensa, asenteidensa ja arvojensa suodattamina. Uusi näkökulma poiki myös uuden termin. Hujanen mukaan puhutaan sekä käyttötarkoitustutkimuksesta että käyttösytytutkimuksesta (uses and gratifications research). (Hujanen 2007, 52–53.)

Aluksi käyttötarkoitustutkimukset olivat pääasiassa määrällisiä tutkimuksia, mutta haastatteluiden yleistyessä tutkimusmenetelminä tutkimukset saivat kylkeensä laadullisen otteen. Median käyttötarkoituksia raportoidessa tulkitseva kuvailu alkoi saada jalansijaa. (Pietilä 1997, 195–199.)

Ridellin mukaan empirialla selvitettiin missä määrin, mihin tarkoituksiin ja millaisia tehtäviä täyttämään yleisö joukkoviestintää käyttää (Ridell 1998, 438). Käyttötarkoitustutkimuksessa olennaista on *tarpeen* käsite, mutta myös viestimen funktio. Viestinten käyttöä tarkastellessa

haastattelut yleistyivät tutkimusmenetelminä ja laadullinen ote pyrki menetelmävalikoimaan määrällisten tutkimusten rinnalle. (Hujanen 2007, 53.)

Laajan keskustelun perusteella Veikko Pietilä arvelee, ettei käyttötarkoitustutkimuksella ole omaa teoriaa, vaikka käyttötarkoituksiin liittyvistä seikoista on paljonkin teorioita. Niinpä Pietilä käyttääkin ilmaisua teoreettinen hahmo. (Ks. Pietilä 2005, 199.) Tarpeen käsitteen pohjalta Katz et al. (1974, 20. Sit. Pietilä 2005, 199) jäsentävät käyttötarvetutkimuksen tutkivan prosessia, jolla on seuraavia tuntomerkkejä:

”On olemassa (1) tarpeita, joilla on (2) sosiaaliset ja psykologiset juurensa. Nämä tarpeet luovat (3) joukkoviestimiin tai muihin lähteisiin kohdistuvia (4) odotuksia, jotka johtavat (5) viestinten erilaisiin käyttötapoihin (tai muihin toimintoihin). Ne taas (6) tyydyttävät tarpeita tai aiheuttavat ehkä (7) muita, etupäässä tarkoittamattomia seuraamuksia.

Veikko Pietilä havaitsi sanomalehtien, kuten myös tv:n ja radionkin, osalta käyttötarkoitusten jakautuvan ”tiedollisten, viihteellisten ja käytännön toimintaa hyödyttävien tarkoitusten ulottuvuuksiksi”. (Katz 1974. Sit. 2005, 198.)

Ylipäättään käyttötarkoitustutkimukset paljastivat, että tarpeet voi tiivistää ja yleistää. Denis McQuail kumppaneineen kiteytti päätarpeet neljään tyyppiin:

- 1) tiedonhankintaan
- 2) oman identiteetin rakentumiseen
- 3) sosiaalisten suhteiden luomiseen ja
- 4) viihtymiseen. (McQuail 1987, 72–73, sit. Kariniemi 2010, 105.)

Tässä jaottelussa tiedonhankinta tarkoittaa ajan tasalla pysymistä aikaisempaa tietoa tarkistamalla ja uutta tietoa omaksumalla. Mediaa seuraamalla pysymme kärryillä maailman menosta, voimme muodostaa oman mielipiteemme olennaisista seikoista sekä tyydyttää uteliaisuuttamme. Identiteetin rakentuminen käsittää omien arvojen vahvistumista, ymmärryksen lisääntymistä elämästä ja ongelmien ratkomista. Yhteiset joukkoviestimet ja niistä havaitut asiat tarjoavat myös polttoainetta sosiaaliselle kanssakäymiselle ja keskusteluille. Joukkoviestintä toimii myös viihdykkeenä, ajantappajana, rentoutumisen välineenä ja pakoreittinä arjen tylsyydestä. (Kariniemi 2010, 105)

Oletan, että tutkiessani uusien pälkäneläisten orastavaa suhdetta Sydän-Hämeen Lehteen liikun käyttötarvetutkimuksen teemojen parissa. Tapauksen erityiskohteena ovat siis ne odotukset ja tarpeet, joita vastamuuttaneella ihmisellä on paikallislehteä kohtaan. Odotusarvona on, että haastatteluista voi löytää esimerkiksi Pietilän luettelemia tiedollisia, viihteellisiä ja käytännön toimintoihin liittyviä tarpeita, mutta erityiseksi tarpeiden tutkimisen tekee lehden lukijoiden vielä tuore suhde sekä lehteen että ympäristöön. Tiedon tarpeen voi olettaa olevan suurimmillaan juuri muuton jälkeen, mutta käytännön kosketuspinta lehden välittämiin asioihin on ohuimmillaan.

2.1.2. Kulttuurinen yleisötutkimus ja mediaetnografia

Kulttuurisen näkökulman nousu 1970-luvulla kyseenalaisti MCR-perinteen vaaliman määrällis-tilastollisen tutkimusotteen ja merkityksenannon yksilöllisen luonteen. Lähestymistavassa oli kokonaan sivuutettu joukkoviestinnän vastaanoton kulttuurinen luonne ja vastaanoton sijoittuminen laajempaan yhteiskunnalliseen, poliittiseen ja taloudelliseen toimintaympäristöön. (Ridell 1998, 440.)

Kulttuurin tutkijat näkivät yleisön viestinnän aktiivisina tulkitsijoina, joiden tuottamia merkityksiä haluttiin ymmärtää yleisön omasta näkökulmasta. Yksilöllisyyden sijaan korostettiin merkitysten kulttuurisesti välittyntä luonnetta. Kiinnostus liikahti yleisöstä ryhmänä vastaanoton prosesseihin,

joita tarkkailtiin merkityksellistävinä toimintoina tai niin sanottuina merkityskäytäntöinä. (Ridell 1998, 440–441.)

Ridell jakaa kulttuurisen yleisötutkimuksen pääsuuntaukset reseptiotutkimukseen ja mediaetnografiaan. Reseptiotutkimus tarkoittaa Stuart Hallin kehittämää ja David Morleyn empiirisesti soveltamaa sisäänkoodaus-uloskoodausmallia. Mallin pohjalta joukkoviestinnän vastaanotto näyttäytyy merkitysprosessina, jossa yleisö saa uuden roolin aktiivisena tulkitsijana. Yleisö tulkitsijana voi uloskoodata joukkoviestinnän sanomia sisäänkoodaajan tarkoituksista poiketen. Yleisön tulkintoja rajoittavat kuitenkin sekä viestinnän teollis-tuotannollinen tuotantotapa että kulttuuriset koodit ja konventiot. (Ridell 1998, 432–433.)

Ridellin mukaan vastaanotto tulee laajimmin ymmärretyksi mediaetnografiassa, jossa joukkoviestinnän käyttöä ja merkityksellistämistä tutkaillaan osana jokapäiväistä elämää. Keinojen kärkeen nousevat laadulliset teemahaastattelut, jotka pohjautuvat tutkittavien tuottamaan puheeseen. Mediaetnografia-nimityksen Ridell on johtanut termin ”antropologisesta virityksestä” eli tutkimuksen suuntautumisesta arkielämään, jonka osana median käyttöä ja merkityksellistämistä tutkitaan. Tutkijat pyrkivät saamaan kiinni niistä tavoista, joilla ihmiset käyttävät ja merkityksellistävät viestimiä ja niiden sisältöjä jokapäiväisen elämänsä osana. Samalla tutkijat haluavat tietää, miten ihmiset käsittävät oman suhteensa joukkoviestintään. Näillä kahdella lähestymistavalla tutkimustapaan voi jo liittää etnografian leiman. (Ridell 1998, 441–445.)

Ridell arvostelee mediaetnografeja pinnallisuudesta, jos tutkijat turvautuvat pelkkiin laadullisiin haastatteluihin reseptiotutkijoiden tapaan. Hänen mukaansa etnografisuus jää pelkäksi puheeksi, kun tutkija vain viivähtää pari tuntia tutkittavien kotona haastattelun ohessa, syvällisemmän tutkimusotteen sijaan. Hän kritisoi mediaetnografeja myös siitä, kuinka merkityksenannon kulttuurinen välittyneisyys jää sivuun, kun keskitytään vain joukkoviestinnän ja yleisön päivittäisiin tilanne- ja käyttökonteksteihin. Ridell korostaa pääsyä ihmisten koteihin ja välineiden käytön tarkkailua luonnollisessa ympäristössä. Yleisön puolelle asettuminen ja sen puhemiehenä toimiminen johtaa myös siihen, että teoria johdetaan mieluiten tutkittavien arkisista jäsennyksistä. (Ridell 1998, 445.)

Käytännön esimerkkinä voitaneen mainita tutkimus Hervannassa asuvien suhteesta ja suhtautumista Aamulehteen osana lukijoiden jokapäiväistä elämää (ks. Kunelius & Ridell, 2000, 81). Toisaalta Ridell näkee yläpuolelta teoretisoinnin hylkäämisessä sen heikkouden, että samalla unohtuu viestintäteollisuuden asettamat rajat ihmisten kokemuksille, jolloin tutkimus tulee legitimoimaan viestintäteollisuuden toimintatavat ja sen ”vastaanotolle tuottaman kuluttajan roolin”. (Ridell 1998, 446).

Täytyy myöntää, että aion menetellä juuri Ridellin moitiskelemalla tavalla: piipahdan tunniksi tai pariksi haastateltavien kotiin tekemään laadullisia haastatteluita ”reseptiotutkijoiden tapaan”. En myöskään aio tarkkailla lukijoiden tekemiä uloskoodauksia suhteessa lehden sisäänkoodauksiin. En pureudu sen enempää välineiden käytön tarkkailuun aidossa ympäristössä kuin sen kulttuuriseen välittyneisyyteenkään. Rajaani siis reseptiotutkimuksen kokonaan pois tarkastelustani. Silti aion lukea muiden opinnäytetöiden tekijöiden rohkaisemana lainata yleisö- tai mediaetnografian viitekehystä työni taustalle. Menenhan kuitenkin ihmisten koteihin ja pyrin saamaan tolkun paikallislehden arkisesta käytöstä ja sen merkityksestä tuoreille asukkaille. Myöhemmin selostettavalla obslās-menetelmällä pyrin pääsemään kiinni paikallislehden arkisesta käyttötavasta. Kun pysyttäydyn lukijan rinnalla arkisessa käytössä ja unohdan ”yläpuolelta teoretisoinnin” ja ”viestintäteollisuuden asettamat rajat ihmisten kokemuksille”, tarjoan lukijalle sen kolmannen Ridellin moitteen kohteen, eli kuluttajan roolin. Puolustuksekseni on sanottava, että haastattelun tarjoaman palautemahdollisuuden avulla tälle lukija-kuluttajalle tarjotaan mahdollisuus jonkinlaiseen vaikutusvaltaan, jolla hän saisi entistä paremmin tarpeitaan vastaavan lehden.

Kuluttajan roolista onkin hyvä siirtyä yleisötutkimuksen jäsenyksistä pikkuhiljaa akateemisten lukijatutkimusten kautta kaupallisiin lukemistutkimuksiin.

2.1.3. Akateemiset lukijatutkimukset

Erkki Hujasen (2007, 63) esityöhön perustuen totean tässä vaiheessa vain lyhyesti, että suomalainen akateeminen journalismiin liittyvä lukijatutkimus on kadonnut lähes kokonaan 1970-luvun jälkeen joitakin harvoja poikkeuksia ja pro graduja lukuun ottamatta. Jorma Miettinen (1980) tutki väitöksessään maakuntien ykköslehtien lukijoiden kiinnostuksen kohteita sekä sanomalehtien väline- ja sisältökäyttöä. Miettisen lukija- ja lukemistutkimukseen palaan myöhemmin metodiosiossa.

Tampereen yliopiston tuorein lukijoihin liittyvä Olli Kariniemen (2010) väitöstutkimus jatkaa yleisötutkimuksen perinteitä tutkimalla järjestölehteä yleisön kehittämisen välineenä. Kariniemen kiinnostuksensa kohteena on erityisesti lukijasuhde, mutta kohteena on sanoma- tai paikallislehden sijaan järjestölehti.

Erkki Hujanen (2007) taas on pohtinut sanomalehden muuttuvia merkityksiä arjessa tutkimalla väitöksessään maakuntalehden ei-lukijoita. Hujanen toteaa tutkittuaan ei-lukijoiden suhdetta maakuntalehtiin seuraavaa:

”Nykyuotoiset sanomalehdet mahtuvat yhä harvemman kansalaisen arkeen. Lehdet ovat hankalia luodakseen joka-aamuisen lukemisrutiinin kiireisille, liikkuville ja sähköisiin välineisiin tottuneille ihmisille, eivätkä lehdet herätä enää kiinnostusta perinteisillä aihe- ja käsittelytavoillaan. Sanomalehtien uskollisiin lukijakuntiin näyttää ilmaantuvan murtumia. Sanomalehtien ei-tilaajat kokevat markkinoituneessa mediabisneksessä itsensä valikoiviksi kuluttaja-asiakkaiksi, joilla on valta päättää tilaako lehden vai ei. Kaikki eivät pidä kansalaisuutensa ehtona sanomalehden säännöllistä tilausta, vaikka siihen saisi tarvittaessa toimeentulotukeakin. Päättäjien luomassa epävarmuudessa lehden hinta mielletään korkeaksi sen tarjoamaan tietoon ja hyötyyn nähden. Sanomalehti korvataan helpommin ja edullisemmin saatavilla, usein viihteellisillä mediavälineillä.”
(Jyväskylän yliopiston julkaisuarkisto, 2007)

Hujanen tarkasteli ei-tilaajissa ihmisiä, jotka ovat sekä ajatuksellisesti että käytännössä luopuneet maakuntalehden tilaamisesta. Lukijuudesta monelle on jäänyt pikaisen silmäilijän rooli silloin kun lehti on ilmaiseksi saatavilla.

Vaikka paikallislehtien ja paikallisuutisten asema on varsin vankka, liikkuvat paikallislehden uudet lukijat mielestäni samalla hauraalla pinnalla kuin Hujasen kuvailemat lukijat. Uuden asukkaan lukija-lehti-suhteessa on alussa erityisen herkkä vaihe, koska yhteys sekä lehteen että ympäristöön on vielä oraalla. Jos muuttoon vielä liittyy tilapäisyyttä tai elämäntavan vakiintumattomuutta, niin Hujasen esille nostamat ilmiöt koskevat myös paikallislehtien yleisöä.

Toisenlaisen näkökulman lukijoihin tuo Anita Kärki väitöskirjassaan Sivusta seuraten (Kärki 2004), jossa hän tutkii sanomalehden roolia lukijoiden kertomuksissa. Kärki tarkastelee lukijuutta prosessina, jolloin sanomalehden lukijasta tulee säännöllinen lukija, sitä millaisen rooli sanomalehdellä on ja miten se on siihen päätynyt lukijan arjessa. Kärki tutkii lukijuutta nimenomaan elämänmittaisena prosessina.

Kärkikin tarkastelee kyllä lukijuuden syntymistä, mutta hän ei sijoita syntyä uuden lehden yhteyteen, vaan yleensä tapaan lukea lehteä. Tarkastelu ei siis kata vaihetta, jolloin lukijan suhde ennestään vieraaseen lehteen alkaa rakentua. Sen sijaan Kärki seuloa lukijoiden kirjoittamista sanomalehtielämäkerroista esiin kirjoittajien suhdetta paikallisuuteen. Kärki tuo keskusteluun kaksi hyvää termiä: *lähinäoleva paikallisuus* ja *poissaoleva paikallisuus*. Jälkimmäisellä hän kuvaa lukijoiden kokemuksia ja suhdetta entiseen kotiseutuun ja sen menneisyydestä – ja usein myös

nykyisyydestä – tuttuun paikallislehteen. Kirjasta välittyy kuva lukijoiden tavasta lukea lehteä ja siitä, kuinka he ovat kasvaneet kiinni lehteensä.

Helsingin yliopistoon tehdyssä väitöskirjassaan Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat: Neuvotteluja lukijasopimuksesta (2008), Maija Töyry kuvaa yleisön ja aikakauslehden suhteen muotoutumista. Teoksessa Töyry hahmottelee lukijasopimuksen käsitettä, joka kuvaa yleisön ja lehden suhteen muotoutumista.

”Naistenlehtien jatkuvuus riippuu siitä, löytävätkö ne lukijoiden parista vastakaikua. --- Lehtien on siksi tarjottava lukijoiden tarpeita tyydyttävää, tavalla tai toisella lukijaa palvelevaa aineistoa, joka lupaa jonkin ratkaisun johonkin lukijan elämän ristiriitaan.” (Töyry 2008, 16.)

Lukijasuhteen syntyminen voi johtaa lukijasopimukseen, tietyn aikakauslehden jatkuvaan seuraamiseen tai tilaamiseen. Lehden oletetaan tarjoavan teksteissään lukijalle paikan, jonka sopivuus joko synnyttää tai jättää tuottamatta lukijasopimuksen.” (Töyry 2008, 61.)

Vaikka Töyry puhuukin naistenlehdistä ja aikakauslehdistä, voidaan samoja ilmiöitä soveltaa myös paikallislehtiin. Paikallislehtien olemassaolon ei riipu niiden tarjoamasta ratkaisusta ristiriitaan, vaikka vieraan paikallislehden lukemiseen voi tietysti liittyä ristiriitojakin. Monesti lehtien käyttämä puhuttelutapa olettaa, että lukija on jollain tavalla kiinni paikkakunnassa ja sen asioissa, mutta todellisuudessa uusi lukija saattaa olla vielä sidoksissa edelliseen kotipaikkaansa tai kokea itsensä uuden asuinpaikan suhteen vielä ulkopuoliseksi tarkkailijaksi.

Tässä vaiheessa siirryn yleisluontoisista akateemisista lukijatutkimuksista oman tutkimukseni kannalta olennaisempiin sanomalehtien lukija- ja lukemistutkimuksien kaupallisiin sovelluksiin.

2.1.4. Kaupalliset lukija- ja lukemistutkimukset

Akateemisen yleisötutkimuksen rinnalla viestintäteollisuus ja joukkoviestimet ovat tutkituttaneet yleisöjä sekä kaupallisilla tutkimuslaitoksilla että yliopistoilla. Usein markkinointiin ja mainontaan linkittyneellä yleisötutkimuksella on ollut vahva tuotekehittelyn leima. Nieminen ja Pantti kiteyttävät tutkimustavoitteet liiketoiminnan hallintaan (Nieminen ja Pantti 2004, 150–151. Sit. Hujanen 2007, 59). Tiedon tuoman kontrollin avulla yleisön toimintaa voidaan ennakoita ja siihen voidaan vaikuttaa. Toisaalta tutkimuksilla on haluttu selvittää myös median haitallisia vaikutuksia tai median julkisen palvelun onnistumista, jolloin kontrollia tasapainotetaan median suuntaan yleisön palvelun nimissä. (Hujanen 2007, 59.)

Yleisesti ottaen lukija- ja lukemistutkimuksissa etsittiin Hujasen mukaan vastauksia kysymyksiin:

”Ketkä ja millaiset ihmiset lehtiä lukevat, miten säännöllisesti ja miten usein he lukevat, mikä on päivittäiseen lukemiseen käytetty aika ja mitkä aihealueet lehdissä heitä kiinnostavat.” (Hujanen 2007, 60)

Yksi tällainen sovellus on sanomalehtien lukemistutkimus. George Gallup esitteli ensimmäisen kerran vuonna 1930 menetelmänsä, jolla selvitettiin lukijoiden mielenkiinnon kohteita. Menetelmässä tutkija käy lukijan kanssa lehden läpi ja merkitsee ylös, mitä lukija on lukenut tutkittavasta lehdestä. Ruotsalaiset versioivat Gallupin menetelmästä ilmoitusten huomio- ja lukuarvojen tarkkailuun niin sanotun obslås-menetelmän. (Hujanen 2007, 60–61.)

Yksi esimerkki obslås- eli lukuarvotutkimuksesta on Paikallislehtien Liiton teettämä Paikallislehti 2000 -tutkimusraportti (ks. Romppainen 1991), jossa on muun muassa tutkittu sekä toimituksellisen aineiston että ilmoitusten yleislukuarvoja liki 500 haastateltavan avulla. Raportin toimituksellista aineistoa koskevassa osiossa on analysoitu esimerkiksi eri tekstinosien ja kuvien yleislukuarvojen lisäksi jutun aiheen, koon, sijainnin ja väriytyksen vaikutusta yleislukuarvoon.

Journalistista aineistoa koskevan määritelmän mukaan ”yleislukuarvo on niiden lukijoiden netto-osuus, jotka ovat huomanneet tai lukeneet jonkin osan jutusta (kuva, kuvateksti, pääotsikko, johdantoteksti, väliotsikot ja varsinainen teksti). Koko aineiston eli kaikkien 763 tutkitun artikkelin keskimääräinen yleislukuarvo on 50 prosenttia.” Parhaiten eri elementeistä on huomattu ja luettu kuvat, otsikko sekä kuvateksti. Kuvan lukuarvo oli 49 %, otsikon lukuarvo 46 % ja kuvatekstin 44 %. (Romppainen, 1991, 35). Vastaavasti ilmoitusten yleislukuarvo oli 33 prosenttia ja ilmoituksia koskeva määritelmä kuului seuraavasti: ”yleislukuarvo on niiden lukijoiden netto-osuus, jotka ovat huomanneet jonkin elementin ilmoituksesta (kuva, otsikko, nimi, teksti).” (Romppainen 1991, 54).

Tämän tuoreempaa yleisselvitystä paikallislehtien lukemiseen ja lukijoihin liittyen ei yliopiston kirjaston kanavia pitkin löytynyt, yksittäisistä paikallislehdistä oli toki tehty pro graduja eri näkökulmista. Hujanenkin toteaa, että lukijoita ja lukemista koskeva akateeminen tutkimus on vähentynyt ja lehtien omiin tarkoituksiin markkinointiotteella teettämät tutkimukset ovat kätkeytyneet lehtitalojen sisäiseen käyttöön (Hujanen 2007, 63).

Jotkin säännöllisesti tehtävät yleisötutkimukset, kuten esimerkiksi eri välineiden kulutusta tarkasteleva Intermediatutkimus tai lehtien kulutusta tarkkaileva Kansallinen Mediatutkimus (KMT), ovat maksullisia. Lehtien lukijamäärien, lukutapojen ja lukijakunnan rakenteen lisäksi KMT:ssä kerätään tietoa ihmisten ostotavoista, tuotteiden ja palveluiden käytöstä sekä asenteista. KMT Alueellinen tutkii alueellisten lehtien lukemiseen ja lukutottumuksiin liittyviä tietoja. (Levikintarkastus.fi.)

Kansallinen Mediatutkimus ei ole sen enempää yliopiston kuin Sydän-Hämeen Lehden saatavilla kalleutensa vuoksi. Osia tutkimustuloksista on löydettävissä KMT:n tiedotteista, joista olen koostanut seuraavat tiedot suomalaisten median käytöstä.

TNS Atlas Intermedia 2012 -tutkimuksen mukaan 15–69-vuotiaat suomalaiset käyttivät medioiden seuraamiseen keskimäärin 8 tuntia 39 minuuttia päivittäin. Sanomalehtien lukeminen vei tästä ajasta 6 prosenttia eli noin 31 minuuttia ja aikakauslehdet 4 prosenttia eli 21 minuuttia. Kaupunki- ilmais- ja noutolehdet ylsivät 1 prosenttiin eli noin viiteen minuuttiin. Yhteensä suomalaiset viettivät siis 53 minuuttia printtimedian parissa päivittäin. Televisio haukkasi suomalaisen mediapäivästä 30 prosenttia, mikä vastaa 2 tuntia 35 minuuttia. Radiota kuunneltiin – aktiivisesti tai passiivisesti – tunti 38 minuuttia. Internetiä käytettiin keskimäärin 2 tuntia 15 minuuttia. (TNS Gallup).

Sydän-Hämeen Lehden uudet lukijat ovat samalla myös muuttajia. Tuoretta tutkimusta muuttajista median käyttäjinä ei löydy, mutta jotain osviittaa tästä erityisryhmästä antaa 1998 tehty tutkimus. Muuttajat sanomalehtien käyttäjinä -julkaisussa Sirpa Romppainen (1998) on tutkinut muuttajia sanomalehtien käyttäjinä Sanomalehtien liitolle. Kirjekyselyyn vastasi tuolloin 508 enintään kolme vuotta sitten eri lehden levikkialueelle muuttanutta yli 18-vuotiasta muuttajaa. Tutkimuksessa selvitettiin entisen ja nykyisen kotiseudun lehtien tilaamista. (Romppainen 1998, 1).

62 prosentille muuttajia tuli jokin nykyisen asuinpaikkakunnan lehti (tilattava päivälehti tai paikallislehti). Yli 40-vuotiaista peräti 77 prosenttia tilasi jotakin sanomalehteä. Tilaajien osuus väheni mitä nuorempia ikäluokkia tutkittiin. (Romppainen 1998, 21). Peräti neljännes muuttajista oli tilannut uuden paikkakunnan lehden jo ennen muuttoa. Valtaosa 56 prosenttia tilasi lehden puolen vuoden kuluessa muutosta, yli 40-vuotiaista peräti 65 prosenttia. Entisen paikkakunnan lehden tilaaminen lopetettiin ennen muuttoa tai hyvin pian sen jälkeen. Romppainen päättelee, että uuden kotiseudun sanomalehti korvaa vanhan aikaisessa vaiheessa. (1998, 24).

Tilaukseen vaikuttaneet syyt	Kaikki N=314 %	18-24v. N=65 %	25-29v. N=77 %	30-39v. N=76 %	40-v. N=96 %
Halu tietää mitä nykyisellä asuinpaikkakunnalla tapahtuu	47	34	48	43	57
Hyvä ja monipuolinen lehti yleensä	25	42	23	33	7
Tutustumistarjous/näytelehti	18	26	22	25	5
Välttämätön, ”pakko tilata”	15	15	19	12	14
Hyvä tapa tutustua uuteen paikkakuntaan	14	14	10	21	11
Lehden sisältämien tarjousten ja ilmoitusten vuoksi	14	9	17	22	8
Halu olla selvillä mitä työkaverit/opiskelukaverit puhuvat	2	5	4	-	1
Hyviä juoruja/pikku-uutisia	1	3	-	-	1
Muu syy	10	14	9	13	6

Taulukko 1. Nykyisen asuinpaikkakunnan sanomalehden tilaajat – tilaukseen vaikuttaneet syyt. Muuttajat sanomalehtien käyttäjinä 1998. Sanomalehtien Liitto.

Muuttajia pyydettiin valitsemaan tärkeimmät tilaukseen vaikuttaneet syyt eri vaihtoehtoista (Taulukko 1). Yli 25-vuotiailla ylivoimaisesti suurin syy tilaukseen oli halu tietää mitä nykyisellä asuinpaikkakunnalla tapahtuu. 18–24-vuotiaat perustelivat tilaustaan eniten lauseella ”hyvä ja monipuolinen lehti yleensä”. Raportin mukaan suhteellisen monet perustelevat tilaustaan tarjouksilla ja ilmoituksilla. Tutkijat arvioivat, ettei tämäntyyppisiä asioita kerrota kovin herkästi, joten tulosta voidaan pitää jopa hyvänä.

Sydän-Hämeen Lehden lukijoita on tutkittu Valtakunnallisen Paikallismediatutkimuksen (VPT) yhteydessä. Sain VPT 2011 -tutkimusraportin tiedostot Sydän-Hämeen Lehden toimituksesta. Tietoykkönen tuottamassa tutkimuksessa raportoitiin 45 paikallislehden lukemista ja lehtiin liitettyjä mielikuvia. VPT 2011 kattaa tiedot lehtien lukijapeitoista, lukemistarkkuudesta, lukemisajankohdasta, lehtien lukemiskerroista ja säilyttämisestä. Lisäksi raportissa on kartoitettu alueen parhaita tietolähteitä ja tiedotusvälineille sopivia ominaisuuksia. (Tietoykkönen 2011). Palaan VPT 2011-tutkimukseen tarkemmin käsitellessäni Sydän-Hämeen Lehteä luvussa 3.

2.2. Paikan, identiteetin ja aluetietoisuuden käsitteet sekä niiden liittyminen journalismiin

Tässä alaluvussa esittelen muun muassa paikan, identiteetin ja aluetietoisuuden käsitteitä, jotka kaikki voi liittää muuttajien kokemuksiin. Esimerkiksi tila muuttuu humanistisen maantieteessä paikaksi vasta kun ihminen liittyy siihen merkityksiä. Pohdittaessa muuttajan suhdetta ympäristöön tai paikkaan kiinnittymiseen voidaan pohtia myös osallisuuden, sivullisuuden ja samaistumisen käsitteillä. Lopuksi käsitelen näitä teemoja suhteessa lehdistön rooliin.

2.2.1 Tilan muuttuminen merkitykselliseksi paikaksi

Arkinen termi *paikka* saa humanistisessa maantieteessä erityisen tärkeän merkityksen. Haarni määrittelee paikan käsitteen seuraavasti:

”Se tarkoittaa tilaa, johon ihminen liittyy merkityksiä elämismaaailmassaan. Paikkaa ei pidetä objektiivisena faktana, vaan ihmisten kokemuksista ja inhimillisestä tulkinnasta merkityssisältönsä saavana ilmiönä. Kiinnittyminen paikkaan tapahtuu elämisen kautta. Elämismaaailma sisältää kaiken tutun ja rutiininomaisen, jonka kautta neutraalista ympäristöstä – abstraktista tilasta – tulee subjektiivinen paikka. Henkilökohtaiset kokemukset ja toiminta liittävät ihmisen tilaan, jossa hän elää. Tila ei pysy objektiivisena ihmisen ulkopuolella, vaan siitä tulee osa hänen kokemusmaailmaansa.” (Relph 1976; Tuan 1977; Karjalainen 1986. Sit. Haarni ym., 1997, 16–17)

Humanistisen maantieteen keskeisiin tarkastelukohteisiin kuuluvat yksilön kokemukset, erityisesti heidän paikkoihin yhdistämänsä merkitykset. Nämä merkitykset kuvautuvat tutkijalle tutkittavan arvojen, tunteiden, toiveiden ja muistojen kautta. Tutkija pyrkii ymmärtämään tutkimuskohdetta ja suhteuttamaan nämä maailmaa koskevat tulkinnat subjektin kokemuksiin. (Haarni 1997, 16.)

Elämismaailma muodostuu ympäristöä koskevista aistihavainnoista. Havaintojen tulkinnat taas liittävät maailmaan tolkun tai merkityksiä, jotka muuttavat tilan paikaksi. Paikkaan kiinnittyminen vaatii aikansa, mutta kun lopulta ihminen tuntee kuuluvansa paikkaan, niin paikasta tulee osa häntä itseään. Vieraasta tulee tuttu ja oma. Aistihavainnoista syntyy muistoja, joiden kautta rakentuu käsitys uusista paikoista. Kaikkien nämä kokemukset ja muistot ovat jatkuvassa liikkeessä, mikä tuo niihin kerroksellisuutta ja siten voi muuttaa myös niiden sisältöä. (Haarni 1997, 17.)

Relp ja Karjalainen puhuvat *osallisuuden* ja *sivullisuuden* käsitteistä. Aluksi muuttaja voi kokea ympäristön sivullisena, jolloin ympäristöä tarkastelee hieman kauempaa ikään kuin ulkopuolisena. Sivullinenkin havainnoi ympäristöä ja sen ominaisuuksia, mutta hänelle ei ole muodostunut suhdetta ko. ympäristöön. Osalliselle taas tuttu ympäristö on paikka, osa itseä. (Relp 1976, Karjalainen 1987. Sit. Haarni, 17–18).

Muuton aiheuttamien mullistusten perusteellisuus vaihtelee eri tilanteissa. Kodin seinien vaihtuminen naapurikortteliin tuskin juurii perusteellisesti ihmistä hänen tutusta ympäristöstään, koska tutut työkaverit, kulkureitit, melkeinpa naapuritkin, säilyvät. Toisin käy valtakunnan laidalta toiselle muutettaessa, jolloin yhteydet entiseen kotipaikkaan voivat haurastua, kun arkinen elämismaailma vaihtuu. Mitä suurempi ja selvempi irtaantuminen on aiemmasta, sitä vähemmän uuteen paikkaan liittyy kokemismaailmaa, muistoista puhumattakaan. Kun monen perheellisen ja perheellistyvän muuttajan ajasta valtaosa hupenee kodin, työn, päiväkodin ja kaupan muodostamaan neliöön, voi paikkaan kiinnittyminen olla hidasta. Voi kuitenkin olettaa, että pikkuhiljaa elämismaailma laajenee ja asuinpaikka muuttuu tilasta paikaksi ja kotipaikaksi.

Tämän tutkimuksen haastatellut tuoreet pälkäneläiset, ovat tilan ja paikan murroskohdassa. Asumisen, liikkumisen ja muun elämisen kautta omien reittien varrelle rakentuu kokemuksia paikoista, asioista ja kasvoista, joille muodostuu nimet ja merkitykset. Prosessissa vieraasta tulee tuttua ja sivullisuus muuttuu osallisuudeksi.

Paikan ja osallisuuden käsitteiden lisäksi suhdetta ympäristöön voidaan kuvata myös identiteetin ja erilaisilla samaistumisen käsitteillä, mistä lisää seuraavassa alaluvussa.

2.2.2. Identiteetti, aluetietoisuus, samastuminen

Identiteetti juontuu latinan kielen sanasta *identitas* ja se tarkoittaa samaa ja samuutta (Zimmerbauer 2008, 26). Karvosen mukaan käsite on hankala ja monimerkityksinen. Sillä voidaan tarkoittaa sekä sitä, mitä ihminen ajattelee itsestään, että sitä, miten jokin asia on tunnistettavissa esimerkiksi visuaalisen erottautumisen kautta. Toisin sanoen identiteetillä voidaan kuvata persoonallisuuden näkymistä ja miten sitä tuodaan esille viestinnän avulla. (Karvonen 1999, 45. Sit. Zimmerbauer 2008, 27.)

Paasin mukaan myös *alueellisen identiteetin* -käsite voidaan ymmärtää useammalla tavalla. Käsitteellä voidaan tarkoittaa sekä alueen itsensä identiteettiä että alueen asukkaiden identiteettiä. Alueen asukkaiden identiteetistä voidaan käyttää myös nimitystä *aluetietoisuus*. Periaatteessa aluetietoisuus on tietoisuutta siitä, kuinka meidän alueemme eroaa heidän alueesta. (Paasi 1986, 35.)

Zimmerbauer kuvaa aluetietoisuuden käsitettä ihmisten käsitykseksi omasta alueestaan, mihin hän liittää suoraan termit aluesamastumisesta ja alueeseen kiinnittymisestä. (Zimmerbauer 2008, 27.) Aluetietoisuus sisältää erillisiä osia, joista Paasi ottaa esille identifioitumisen alueeseen ja/ tai alueelliseen yhteisöön, sekä alueen aseman aluetietoisuuden hierarkiassa. Hän nimeää neljä aluetasoa: globaali, kansallinen, regionaalinen ja paikallinen (Paasi 1984, ii).

Aluesamastumisen tasoja on aiemmin tutkinut muun muassa Ståhlberg, joka osoittaa suomalaisten samastuvan ylivoimaisesti voimakkaimmin kotimaahansa. Suomen sisällä eri aluetasosta samastutaan voimakkaimmin kuntaan ja heikoimmin seutukuntaan. (Ståhlberg 1998, 199–201. Sit. Zimmerbauer 2005, 15.)

Tässä tutkimuksessa olen kiinnostunut paikallisesta tasosta, koska lukijasuhteen toinen osapuoli, Sydän-Hämeen Lehti on nimenomaan paikallislehti. Kuten Ståhlberg mainitsee, ihmisten aluesamastuminen on voimakkainta kotimaahan ja sitten vasta kuntaan. Koska paikallislehden sisällöistä puuttuvat koko kotimaata koskevat asiat, ja muuttajien aluesamastuminen ja kiinnittyminen paikkaan on vielä ohutta, lienee myös sidos lehteen aluksi hauras.

Karvonen erottaa *imagon* ja *mielikuvan* käsitteet toisistaan. Imago on luonteeltaan viestinnällinen ja mielikuva taas pikemminkin psykologinen termi. Imagon Karvonen määrittelee ensisijaisesti lähettäjän aktiiviseksi viestinnäksi, josta vastaanottaja muodostaa jonkin mielikuvan. Syntynyt mielikuva on tulkintaa, joka muodostuu yksilöllisesti kulloisessakin tilanteessa. (Karvonen 2008, 32.)

Arto Nikkarisen mukaan (2001, 52. Sit. Zimmerbauer 2005, 31), alueellinen mielikuva on ihmisten käsitys alueen imagosta. Imago voidaan siis nähdä esityksenä ja mielikuva esityksen tulkintana. (Karvonen 1997. Sit. Zimmerbauer 2005, 31). Arkikielessä käsitteet seikkailevat iloisesti sekaisin.

Mielikuvan käsite liittyy olennaisesti teemahaastatteluun, vaikka en haastatteluissa aktiivisesti käytä termiä. Mielikuvista eli Karvosen mainitsemista esitysten tulkinnoista on kuitenkin kyse, kun ihmiset kertovat näkemyksiään Pälkäneestä ja sen paikallislehdestä.

Samalla lailla kuin identiteetti on erontekoa meihin ja heihin, niihin toisiin, joudun määrittelemään käsitteitä ja tutkimukseni rajauksia myös siltä kannalta, että mitä ne eivät ole. Tutkimukseni tarkoituksena ei ole tutkia Pälkäneelle muuttaneiden alueidentiteettiä tai pälkäneläisidentiteettiä. Vielä vähemmän olen kiinnostunut Pälkäneen kunnan identiteetistä tai alueimagosta.

Sen sijaan olen kiinnostunut uuden lukijan tuntemuksista suhteessa uuteen paikallislehden, mikä liittyy erottamattomasti myös uuteen kotipaikkaan Pälkäneellä. Näkökulmani mukaan muuttaja käsittelee vastauksissaan juuri aluetietoisuutta, ja siihen liittyvien aluesamastumisen ja alueeseen kiinnittymisen teemoja, sekä paikkakuntaan ja sen paikallismediaan liittyvien mielikuvia. Tuskin haastateltavat pohtivat asioita tietoisina näistä käsitteistä, mutta siihen viidakkoon olen heidät ajatuksineen tuupannut.

2.2.3. Joukkotiedotuksen rooli

Zimmerbauerin mukaan paikkaan kuuluminen on aina subjektiivinen kokemus, mutta alueellisen identiteetin muodostumiseen vaikuttavat myös jaetut kokemukset, yhteiset näkemykset paikan luonteesta ja sen erityispiirteistä. Kollektiivisen kokemuksen paikasta voi tuottaa paitsi tietyllä alueella asuvien ihmisten yhteinen historia, myös esimerkiksi median muodostamat mielikuvat paikasta. Syntyy yleisiä mielipiteitä alueen luonteesta tai paikan hengestä. Puhutaan mielenmaisemista, jossa subjektiiviset ja intersubjektiiviset käsitykset paikasta kohtaavat. (Zimmerbauer 2006, 110–111)

Alueellisen identifioitumisen perustana on yhteisöllisyys ja yhteisöllisyyden symbolijärjestelmä eri aluetasoilla. Työssään Paasi on eritellyt aluetietoisuuden ja alueidentiteetin syntyyn vaikuttavia tekijöitä joita ovat muun muassa kirjallisuus, joukkotiedotus ja koulutuksen merkitys. Lehdistö vaikuttaa ”alueelliseen yhteishenkeen ja alueen väestön aluetietoisuuteen ja yhteenkuuluvuuteen.” (Paasi 1984, 131.) Tämän työn lähtökohtana on päästä kiinni lehden ja lukijan suhteen syntyyn. Aluetietoisuuden eli alueidentiteetin käsitteet ovat käyttökelpoisia tässä tutkimuksessa, koska uudet lukijat ovat samalla muuttajia, joiden alueidentiteetti todennäköisesti on vielä kehittymätön.

Suomalaiset sanomalehdet ovat perinteisesti olleet hyvin aluesidonnaisia ja sisällöissään ovat painottuneet levikkialueen tapahtumat. Uutisten lisäksi maakuntalehdistö pyrkii ajamaan alueella asuvien asiaa ja väestön etuja. Samalla lehdistö muotouttaa, tiivistää ja laajentaa ilmestymispaikkakuntansa vaikutusalueita. (Tommila 1982, 35. Sit. Paasi 1984, 130–131.)

Tieteentekijät tietävät aluetietoisuuden ja median yhteydet. Uusi asukas ja lukija tuskin tietoisesti pohtii sen enempää samaistumistaan paikkaan kuin lehteenkään. Silti samaistumista tilaan, paikkaan ja yhteisöön alkaa tapahtua, jos ja kun muuttaja tutustuu alueeseen ja sen ihmisiin. Tässä prosessissa lehdistöllä on oma roolinsa. Kuten Paasi aiemmin mainitsi, lehdistö vaikuttaa väestön aluetietoisuuteen ja siten myös Zimmerbauerin mainitsemiin mielikuviin ja mielenmaisemiin. Näitä ja muita tässä luvussa esiintyneitä käsitteitä, jotka liittyvät uusien lukijoiden haastatteluissa ilmenneisiin seikkoihin, tarkastelen perusteellisemmin analyysiosiossa.

2.3. Paikallislehden määritelmät ja tehtävät

Jyrkiäinen ja Savisaari määrittelevät paikallislehtien vaikutusalueeksi yhden kunnan tai suppean kuntaryhmän. Aihevalinnoissaan paikallislehdet pysyttelevät paikallisissa asioissa. (Jyrkiäinen ja Savisaari 2003, 68.) Suomen Lehdistön Historia -kirjasarjan neljännessä osassa paikallislehden tuntomerkit rajataan yksilöidymmin siten että paikallislehti: sisältää pääasiassa paikallista aineistoa; käsittelee yleisiä asioita levikkialueeltaan; lehden levikkialueen muodostaa muutama kunta, yksi kunta tai kunnanosa; lehti leviää tilattuna; lehti ei oman ilmoituksensa mukaan kannata mitään poliittista puoluetta. (Suomen lehdistön historia 4, 1985, 14.)

Päiviö Tommila jakaa paikallislehdet alueellisesti viiteen eri tyyppiin. Perustyyppi on pitäjänlehti, joka peittää yhden maaseutukunnan. Tommila käyttää seutulehden nimitystä useamman kunnan kattavista pitäjänlehdistä, joiden alue muodostuu tasavertaisista kunnista siten, ettei niissä ole suurta keskusta. Yhden kaupungin kaupunkipaikallislehdet ovat syntyneet usein pitäjänlehden muututtua ilmestymispaikkakuntansa mukana kaupunkilehdeksi. Ympäristölehdiksi Tommila nimittää keskuksen ja sen välittömän ympäristön peittäviä lehtiä. Aluelehdet julkaisevat uutisia hieman laajemminkin kuin vain omalta alueeltaan. Aluelehden ero päivälehtiin on selkeä, mutta ero yhden kunnan paikallislehden voi olla varsin häilyvä. (Tommila 1997, 22–23.)

Paikallislehdistön historia -kirjassa paikallislehtien sisältöihin voidaan kohdistaa seuraavia odotuksia: Paikallislehtien tulee jakaa sellaista tietoa, että se suuntaa kansalaisia lähiympäristöönsä. Tehtävässä palvelevat uutisten lisäksi muu ajankohtainen paikallinen informaatio ilmoitukset mukaan lukien. Paikallislehtien tulee toimia mielipiteiden ja keskustelun areenana sekä poliittisen että muun kansalaistoiminnan vireyttäjänä. Kolmanneksi lehtien tulee valvoa yhteiskunnallisen vallan käyttöä. (Suomen lehdistön historia 4, 1985, 177.)

Marjatta Rautio on tutkinut mittavassa pro graduksaan yhteisön konfliktia Koillis-Lappi-lehdessä. Useista lähteistä hän tiivistää paikallislehden tehtävät viiteen tehtävään:

- 1) tiedotustehtävään
- 2) foorumitehtävään

- 3) vaikuttamis- ja tulkintatehtävään
- 4) taloudelliseen tehtävään ja
- 5) viihdetehtävään. (Rautio 1990, 19.)

Tiedotustehtävässä paikallislehden tarkoituksena on levittää yhteisön toimintaa käsittävää tietoa. Foorumina paikallislehti tarjoaa kanavan mielipiteille ja keskustelulle sekä tuo esiin erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja lähinnä paikallisiin kysymyksiin. Raution mukaan paikallislehti tulkitsee tapahtumia oman alueen kannalta. Tulkintatehtävän ohella sille kuuluu myös vaikuttamistehtävä, jolloin lehti opastaa sekä toimintaan että keskusteluun. Taloudellinen tehtävä sisältää paitsi elinkeinoelämän markkinoiden laajentamisen ilmoitustilaa tarjoamalla, mutta myös voiton tuottamisen lehden omistajille. Kaiken lisäksi paikallislehti tarjoaa myös viihdyttävää aineistoa.

Kangaspunnan mukaan yhteisölehdelle, jota voidaan pitää tässä paikallislehden synonyymina, kuuluu myös edellä mainittujen ilmittehtävien lisäksi ”sosiaalisia taustatehtäviä”, jotka liittyvät yhteiskunnallistumiseen ja yhteisöllistymiseen. Hänen mukaansa paikallislehdet luovat sosiaalisen verkon ympäristöönsä ja toimivat vuorovaikutuksen keskuksina. Tätä vuorovaikutusilmiötä voidaan kutsua yhteiskunnallistumiseksi. Kauko Pietilä ja Klaus Sondermann määrittävät vuorovaikutuksessa syntyvän sosiaalisen siteen muodostumista yhteiskunnallistumiseksi. Heidän mukaansa lehti luo sosiaalisen siteen toimimalla välittäjänä toimijoiden ja yleisön välissä. Kangaspunnan mukaan alueeseen rajoittuvan viestimen rooli on keskeinen yhteisöllistämässä. (Kangaspunta 1993, 38–40.)

Yhdeksi taustatehtäväksi voidaan nimetä sosiaalisen integraation ylläpitäminen, jolloin paikallislehtien tehtävänä on kiinteyttää yhteisöä. Sisällöstä riippuen paikallislehti voi joko yhdistää tai hajottaa ihmisten yhteenkuuluvuuden tunnetta. Yhteisön sisäisten erimielisyyksien liudentaminen ja yhteisten arvojen korostaminen on omiaan sitouttamaan ihmisiä yhteisöönsä. (Kangaspunta 1993, 38–40; Rautio 1990, 20–21.)

Paikallislehdistön historia -kirjassa todetaan, että ”yhteishengen luominen ja paikallisen identiteetin selventäminen” on paikallislehdille kuuluvaa tehtävä kenttää. Paitsi että säännöllisen tiedonvälityksen varmistaminen vahvistaa yhteisön kiinteyttä ja toimintakykyä, niin samalla ne myös takaavat lehdelle liiketoiminnan jatkuvuuden. Ristiriitojen lietsominen tai vain jonkun lukijakunnan osan palveleminen voisivat heikentää lehden taloudellista menestystä. Täten myönteiset ja sovittävät sisällöt painottuvat paikallislehdissä. (Suomen lehdistön historia 4, 1985, 177–180.)

2.4. Paikallislehdet murroksessa

Heidi Kauppinen on tutkinut muuttajan kotiseutusuhteen rakentumista. Hänen mukaansa lähes puoli miljoonaa Suomessa asuvaa ihmistä muuttaa osoitettaan joka vuosi. Näistä yli 300 000 ihmistä ylittää samalla kunnanrajan. Massiivinen muutto tuottaa erilaisia pulmia niin yksilöille kuin lähiyhteisöillekin. Useasti ihmiset muuttavat paikkakuntaa työn tai opiskelun vuoksi. Yleensä paremman elämän, tai vähintään yhtä hyvän elintason, perässä lähdetään maalta kaupunkeihin ja kasvukeskuksiin, pohjoisesta etelään. Yhä useammin elämää mullistava siirto tehdään yhä lyhyempien työjaksojen vuoksi. Kauppinen kysyykin: ”Jos meitä ei sido asuinpaikkaamme mikään muu kuin työ, onko muuttaminen edes ongelma? Mitä kotiseutu merkitsee tässä tilanteessa?” Jatkuva paikasta toiseen siirtyminen tai tutun ympäristön ja ihmissuhdeverkoston jättäminen voi uuvuttaa muuttajan niin, että merkityksellisten suhteiden luominen naapureihin ja työtovereihin voivat jäädä luomatta. Kauppinen mielestä onnistunut muutto sisältää myös kotiutumisen. (Kauppinen, 2009, 7–10.)

Kauppinen tutkimista ryhmäkeskusteluista selviääkin, että kotiutumisen tekijöitä ovat muun muassa oma perhe, sukulaiset, naapurit, työtoverit ja samanhenkiset ihmiset, jotka on tavattu vaikka harrastusten kautta. Myös sosiaaliset suhteet, jotka liittyvät omaan tai puolison työhön, ystäviin ja tuttaviin, ovat tärkeitä paikkakuntaan tutustuttaessa tai kiinnittyessä. (Kauppinen 2009, 78)

Voi olettaa, että ihmisen muuttaessa paikkakunnalta toiselle hän usein siirtyy yhden paikallislehden levikkialueelta toiselle. Tähän muutokseen liittyy siirtymä, jonka voi rinnastaa Kauppinen mainitsemaan merkityksellisten suhteiden luomiseen naapureihin ja työtovereihin, nimittäin muuttajan suhde uuteen paikallislehteen. Muuttoliike voi olla pulma myös paikallislehdille. Jos ihminen ei kotiudu tai kiinnity uuteen paikkakuntaan ja sen ihmisiin, miksi hän tilaisi myöskään paikallislehteä?

Muuttoliikkeen lisäksi tilaajia ja mahdollisia lukijoita sekä paikallismedioita hämmentävät kuntaliitokset. Pelkästään vuodesta 2001 vuoteen 2013 kuntien määrä väheni 128:lla (Suomen Kuntaliitto). Esimerkiksi vuonna 2009 tapahtui 32 kuntaliitosta, jotka koskettivat 99 kuntaa. Kuntien määrä väheni 67:llä ja se kosketti lähes kolmeakymmentä Sanomalehtien liittoon kuuluvaa paikallislehteä. Yhä useammin kahden tai useamman paikallislehden levikkialueet sulautuvat kuntaliitoksessa yhdeksi kunnaksi. (Suomen Lehdistö 12, 2008, 4.)

Paikallislehtien lukijasuhdetta uhkaa vähintäänkin kaksi isoa muutosta: median murros ja yleisempi yhteiskunnallinen muutos. Tilaajamäärät laskevat, kun vakiintunut lukijakunta vanhenee, ihmisten ajankäyttö ja mediankulutus muuttuu. Yhteiskunnalliset muutokset, kuten muuttoliike ja pätkätyöt, muuttavat ihmisten suhdetta ympäristöönsä väliaikaisemmaksi tai irrallisemmaksi kuin menneinä vuosikymmeninä.

Vaikka kuntaliitokset saattavat aluksi jopa vahvistaa alueen ihmisten suhdetta yhteisöön ja paikallislehteen, on liitosten lopullisia vaikutuksia vaikea arvioida. Jos päätöksenteko siirtyy yhä kauemmas ihmisten elinpiiristä ja lähidemokratia on vain kaunista puhetta, voi yhteisöllisyys rapautua myös demokratiaan liittyvistä syistä.

Kun vielä tiedetään, että yhteisöllisyys ei ole enää sidoksissa fyysiseen olinpaikkaan, on paikallislehtien yhä haastavampaa tavoittaa uusia lukijoita esimerkiksi muuttajien keskuudesta. Paikallislehtien perinteinen tehtävä ja lukijasuhteen pohja yhteisöllisyyden ylläpitäjänä ja vahvistajana näyttäytyy huomattavasti haastavampana kuin aikana, jolloin sekä lukijat että lehti tarvitsivat toisiaan. Jos ja kun uusien lukijoiden vahvin potentiaali on nimenomaan muuttajissa ja vakiintunutta lukijakuntaa nuoremmissa ikäluokissa, ovat myös paikallislehdet haasteen edessä, mikäli haluavat säilyttää lukijamääränsä. Miten luoda suhde ihmiseen, joka ei ehkä tunne tarvetta sitoutua paikkakuntaan sen enempää kuin sen lehtenkään? Kaikki nämä muuttajat luovat yhtälön, johon paikallislehtienkin on pakko reagoida, mikäli aikovat säilyttää asemansa.

Seuraavassa luvussa esittelen tutkimuksen kohteena olevan Sydän-Hämeen Lehden ja sen levikkialuetta.

3. PÄLKÄNE JA SYDÄN-HÄMEEN LEHTI

Tässä luvussa esittelen vielä Sydän-Hämeen Lehteä ja Pälkänettä, onhan tutkimukseni kohteena Sydän-Hämeen Lehden uudet pälkäneläiset lukijat ja itse lehtikin. Kuntaliitokset ovat laajentaneet sekä Sydän-Hämeen Lehden levikkialuetta että uutisointialuetta Pälkäneeltä Kangasalle, ja siksi sivuan myös viimeainittua, vaikka varsinaisesti tutkin nimenomaan pälkäneläisiä lukijoita.

Vuoden 2010 alussa Pälkäneellä oli yhteensä 6882 asukasta. Edellisenä vuonna Pälkäneellä oli 3105 vakituisesti asuttua asuinrakennusta. On merkillepantavaa, että kunnassa on loma-asuntoja enemmän kuin vakituisia asuntoja, peräti 4082 kappaletta. Samana vuonna kuntien välistä muuttotappiota oli 44 henkilöä ja syntyneitä oli 28 vähemmän kuin kuolleita. Lähes 30 000 asukkaan Kangasalla syntyi 132 henkilöä enemmän kuin kuoli ja muuttovoitto oli 61 henkilöä. Kesämökkejä taas on noin 4500. (Tilastokeskus).

Pälkäneen huoltosuhde oli 64,5 eli sataa työikäistä kohti paikkakunnalla oli edellä mainittu määrä alle 14-vuotiaita ja yli 65-vuotiaita. Luku oli Pirkanmaan kolmanneksi korkein vuonna 2009. Kangasalan huoltosuhde oli 54,6. (Pirkanmaan vuosikirja 2010, 32).

Sydän-Hämeen Lehteä voi kuvailla paikallis- tai aluelehdeksi, jonka levikki- ja uutisointialuetta ovat Pälkäne ja Kangasala. Vuonna 2011 lehden levikki oli 5449 ja lukijoita oli noin 19 000 (MediaAudit Finland). Tutkimusajankohtana lehti ilmestyi maanantaisin ja torstaisin, sittemmin lehti on muuttunut yksipäiväiseksi.

Sydän-Hämeen Lehteä kustantava Sydän-Hämeen Kustannus Oy on osa Pirkanmaan Lehtitalo -konsernia. Konserni julkaisee neljää tilattavaa paikallislehteä ja kahta kaupunkilehteä. Lisäksi yhtiö on osakkaana Pirkanmaalla ja Satakunnassa kuuluvassa SUN Radiossa ja se harjoittaa paikallistelevisiotoimintaa Wave100 -nimellä. (Pirkanmaan Lehtitalo.fi).

Kuntaliitokset ovat vaikuttaneet Sydän-Hämeen Lehden levikkiin ja uutisointialueeseen. Vielä vuonna 2004 lehden levikkialueeseen kuuluivat Pälkäneen, Luopioisten, Sahalahden ja Kuhmalahden kunnat. Saman vuoden levikiksi Levikintarkastus ilmoitti 6083 kappaletta. Vuonna 2005 Luopioisten kunta liittyi Pälkäneen kuntaan. Kunnan mukana lehden sisällöistä katosi myös Luopioisia koskevat kunnallishallinnon uutiset, mutta levikkialue säilyi entisellään. Kun Sahalahti liittyi Kangasalaan vuoden 2007 alusta, joutui Sydän-Hämeen Lehden toimitus päättämään, luovuttaako se sahalahtelaiset lukijat Kangasalan Sanomille, vai aloittaako se myös Kangasalan asioista uutisoimisen. Lehti valitsi jälkimmäisen linjan. (Kukkonen 2009.) Asetelma sai jatkoa, kun myös Kuhmalahti liittyi Kangasalaan vuoden 2011 alusta. Aiemmin omiin alueisiinsa keskittyneet Sydän-Hämeen Lehti ja Kangasalan Sanomat kilpailivat nyt samoista lukijoista ja ilmoittajista Sahalahden ja Kuhmalahden alueella. (Liljedahl 2011.)

3.1. Sydän-Hämeen Lehden levikin muutokset

Ennen kuntaliitoksia Sydän-Hämeen lehden levikki oli heilahdellut 1990-luvun lopulta vuoteen 2004 saakka muutamilla kymmenillä. Kun Sahalahti fuusioitui Kangasalaan, eli kokonainen kunta muuttui osaksi toisen paikallislehden levikki- ja uutisointialuetta levikki pieneni 122 kappaleella vuosien 2007 ja 2008 välillä. Tämän jälkeen levikin lasku kiihtyy, ja vuosina 2010–2011 lasku on jo 242 numeroa vuodessa. (MediaAuditFinland Oy.) Päätoimittaja Tommi Liljedahlin mukaan suurin lukijakato liittyy väestön vanhenemiseen ja kuolleisuuteen. Kun kyky lukea heikkenee iän ja terveyden vuoksi, on vanhenevien lukijoiden tilalle vaikea saada uusia tilaajia.

Useiden muiden sanomalehtien tapaan Sydän-Hämeen Lehden haasteena on lukijamäärän laskun pysäyttäminen. Lehden ydinalue Pälkäne kärsii muuttotappiosta ja väestön ikääntymisestä, jolloin

tilauksia päätetään luonnollisista syistä. Vapaa-ajanasukkaiden joukossa on paljon tilaajia, joista osa tilaa lehden kesäksi, osa lukee lehteä ympäri vuoden. Heidän ikä- tai muu rakenteensa ei ole tiedossa, mutta voi olettaa, että mökkeilijöitä koskee sama ikääntymisilmiö kuin muutakin väestöä. Kun vielä tiedetään, että nuoremmat ikäpolvet eivät ole enää niin sitoutuneita sanomalehtiin kuin heitä edeltävät sukupolvet, on tilaajamäärien säilyttäminen todellinen haaste. Tilaajapotentiaali laskee, tarkastelipa asiaa sitten väestönrakenteen, muuton tai vapaa-ajan asumisen näkökulmasta.

3.2. Sydän-Hämeen Lehti osana valtakunnallista lukijatutkimusta

Sydän-Hämeen Lehdestä on tehty lukijatutkimus syyskuussa 2011. Tietoykkösen tuottama tutkimus on osa Suomen Paikallismedioiden valtakunnallista paikallismediatutkimusta (VPT 2011), missä on tutkittu paikallislehtien lukijoita. Sydän-Hämeen Lehtien lukijoista saatuja tietoja verrataan 45 muun tutkimukseen osallistuneen paikallislehden keskiarvoihin sekä alueellisiin kilpailijoihin. Tuloksia suhteutetaan myös edelliseen VPT 2009 -tutkimukseen.

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat 15–79-vuotiaat miehet ja naiset Sydän-Hämeen Lehtien levikkialueelta. Puhelimitse satunnaisotannalla tehty 120 haastattelua selvittävät lehden lukijapeittoa, lukemistarkkuutta, lukemisajankohtaa, lehtien lukemiskertoja ja lehtien säilyttämistä. Lisäksi niissä on kartoitettu alueen parhaita tietolähteitä ja tiedotusvälineille sopivia ominaisuuksia. Koska tämän tutkimuksen ja Tietoykkösen laatiman lukijatutkimuksen lähtökohdat ovat varsin erilaiset, käyn heidän tutkimustaan läpi vain ydinkohdiltaan. Tutkimus antaa kuitenkin tietopohjaa uusien lukijoiden ja lehden silloisten lukijoiden välille.

120 henkilön haastattelusta 48 prosenttia oli miehiä ja 52 prosenttia naisia. Ikäjakaumasta vajaa kolmannes muodostui 15–44-vuotiaista, reilu kolmannes 45–59-vuotiaista ja loppu kolmannes oli 60–79-vuotiaita. 70 prosenttia vastaajista on lehden tilaajia, loput haastateltavat eivät tilaa lehteä. Vastaajista reilu kolmannes oli työntekijöitä ja toinen reilu kolmannes eläkeläisiä. Loput osuudet hajaantuivat toimihenkilöiden, johtajien, yrittäjien ja opiskelijoiden ja kotivanhempien ynnä muiden sellaisten kesken. 68 prosenttia ilmoitti, ettei heillä ole alle 18-vuotiaita lapsia. 43 prosenttia asui niin sanotun vanhan Pälkäneen alueella.

Kun VPT 2011 -tutkimuksen haastateltavilta kysyttiin ”Mistä tiedotusvälineestä katsotte saavanne parhaiten tietoa seuraavista asioista?” jakaantuivat vastausten prosenttiosuudet Sydän-Hämeen Lehtien osalta alla olevan taulukon (Taulukko 2) mukaisesti. Viereisen sarakkeen luvut kertovat 45 muun paikallislehden keskiarvon tietolähteitä kysyttäessä.

	SHL %	VPT %
Asuinkunnan kunnalliset asiat ja päätökset	73	72
Asuinkuntaa koskevat uutiset ja tapahtumat	73	77
Seurakunnan asiat ja päätökset	68	64
Asuinkunnan alueella tarjottavat palvelut	53	59
Lukijoiden omat ilmoitukset	45	50
Seutukunnan uutiset ja tapahtumat	44	37
Asuinkunnan pt-kauppojen tarjoukset	29	49
Asuinkunnan et-kauppojen tarjoukset	24	37

Taulukko 2. Sydän-Hämeen Lehti (SHL) parhaimpina tietolähteenä ja 45 muun paikallislehden keskiarvo Tietoykkösen tuottamassa VPT 2011 -tutkimuksessa.

Kun Sydän-Hämeen Lehden lukuja ja paikallislehtien keskiarvoja vertaa toisiinsa, pysyvät erot pääosin muutamissa prosenttiyksiköissä. Ainoastaan asuinkunnan päivittäis- ja erikoistavarakauppojen tarjousten tietolähteenä Sydän-Hämeen Lehti on selkeästi keskivertoa heikompi. En tiedä varmasti, mistä heikkous johtuu, mutta yksi selittävä tekijä voi olla paikkakunnan pienuus, mikä koskee myös liike-elämää. Sekin voi vaikuttaa, että yksi paikkakunnan suurista päivittäistavaraketjuista on keskittänyt ilmoittelunsa maakuntalehteen.

Kokonaisuutena tulokset mairittelevat paikallislehteä. Verrattuna Aamulehteen, kilpailevaan paikallislehteen Kangasalan Sanomiin, ilmaisjakelulehtiin sekä sähköisiin välineisiin Sydän-Hämeen Lehti saa selvästi eniten mainintoja. Ainoastaan seutukunnan uutisia ja tapahtumia kysyttäessä Aamulehti vetää pidemmän korren 49 prosentin osuudella. Tämä on myös ainoa aihealue, jossa mikään verrokeista on edes lähellä Sydän-Hämeen Lehden prosenttiosuuksia.

Kysyttäessä tiedotusvälineille sopivia ominaisuuksia kysymyksellä: *"Mille asuinseutunne tiedotusvälineelle sopivat seuraavat ominaisuudet mielestänne parhaiten?"*, vastaajista yli puolet aina 68 prosenttiin saakka nimeää lehden tarpeelliseksi, hyödylliseksi ja paikkakunnan puolestapuhujaksi. Puolet tai vähintäänkin 48 prosenttia kokee lehden tärkeäksi paikkakunnan hengen luojaksi, läheiseksi ja kiinnostavaksi (Taulukko 3).

	SHL %	VPT %
Tarpeellinen	68	52
Hyödyllinen	57	52
Paikkakunnan puolestapuhuja	53	64
Tärkeä paikkakunnan hengen luoja	50	49
Läheinen	48	39
Kiinnostava	48	31

Taulukko 3 . Sydän-Hämeen Lehdelle (SHL) parhaiten sopivat ominaisuudet ja 45 muun paikallislehden keskiarvo Tietoykkösen tuottamassa VPT 2011 -tutkimuksessa.

Kun Sydän-Hämeen Lehteä verrataan VPT 2011 -tutkimuksen 45 muuhun paikallislehteen, kuvautuu lehti tyypillisenä paikallislehtenä. Esimerkiksi lehden lukijapeittoa, lukemistarkkuutta, lukemisajankohtaa, lehtien lukemiskertoja ja lehtien säilyttämistä koskevassa vertailussa syntyy vain muutaman prosenttiyksikön eroja paikallislehtien keskiarvoon.

Sen sijaan lehdelle sopivia ominaisuuksia kysyttäessä, Sydän-Hämeen Lehti koetaan keskimääräistä tarpeellisemmaksi, hyödyllisemmäksi, läheisemmäksi ja kiinnostavammaksi. Paikkakunnan puolestapuhujana se on keskimääräistä heikompi, mutta kokonaisuudessaan lehti kestää vertailun muiden tutkittujen paikallislehtien keskiarvoon.

Sydän-Hämeen Lehti näyttäytyy tämän lukijatutkimuksen valossa tyypillisenä paikallislehtenä. Sillä on omat vahvuutensa ja heikkoutensa verrattuna muiden paikallislehtien keskiarvolukemiin. Alueellisiin kilpailijoihin verrattuna sillä on vankka asema paikallisten asioiden tietolähteenä.

4. METODIT JA AINEISTON KUVAILU

Keräsin aineistoa eri tarkoituksiin kolmella eri menetelmällä. Aineistot koostuvat teemahaastattelutallenteista, kyselylomakkeista ja haastateltavien lukemista Sydän-Hämeen Lehden numeroista, joihin tein merkintöjä heidän kertomansa perusteella. Pääaineisto käsittää äänitallenteet kahdeksan henkilön teemahaastatteluista. Haastatteluiden avulla pyrin selvittämään Sydän-Hämeen Lehden roolia ja merkitystä uusien pälkäneläisten elämässä. Lisäksi tiedustelin haastateltavien ajatuksia Pälkäneestä, muutosta ylipäättään ja Sydän-Hämeen Lehden parantamisesta.

Haastattelujen apumenetelmänä käytin kyselylomakkeita. Yhdellä lomakkeella selvitin vastaajien mediakäyttäytymistä yleensä ja paikallismedioiden suhteen (Liite 2). Toisella kyselylomakkeella keräsin taustatietoa haastateltavista, heidän elämäntilanteestaan ja harrastuksistaan (Liite 3). Teemahaastattelun lomassa tehdyn lukemistutkimuksen osana selvitin Sydän-Hämeen Lehden lukemiseen käytettyä aikaa ja itse lukutilannetta yleensä (Liite 4).

Teemahaastatteluiden yhteydessä toteutin lukemistutkimuksen toisen osan obslās-menetelmän sovelluksella. Selasin yhdessä haastateltavan kanssa hänen viimeksi lukemansa Sydän-Hämeen Lehden numeron, johon merkitsin, missä järjestyksessä ja miten tarkkaan haastateltava oli lukenut lehden. Lukemistutkimuksen avulla halusin selvittää, löytyykö uusien lukijoiden lukutavoista yhteisiä piirteitä tai muuta merkittävää. Toinen tavoite oli saada lukijat havaitsemaan ja muistamaan parannusehdotuksia lehden sisältöön tai esitystapoihin.

Haastattelumenetelmien selostamisen jälkeen selvitän obslās-menetelmän taustaa, kunnes pääsen aineistoni ytimeen eli teemahaastattelujen teemoihin alaluvussa 4.6. Viimeisissä alaluvuissa kuvailen haastateltavia ja kerron, kuinka koostin lukemistutkimuksen tiedot taulukkoon.

4.1. Miksi valitsin teemahaastattelun menetelmäksi

Teemahaastatteluun päädyin useastakin syystä, joista Hirsjärvi ja Hurme ovat listanneet olennaisimmat. Ensinnäkin menetelmä on heidän mukaansa hyvin joustava. Kielellisessä vuorovaikutuksessa voi suunnata tiedonkulkua tilanteen mukaan ja houkutella esiin taustalla piileviä motiiveja. Kun vielä tiedetään, että 90 prosenttia viestinnästä on nonverbaalia viestintää, niin ei-kielelliset vihjeet auttavat haastattelijaa sekä suuntaamaan että ymmärtämään vastauksia ja merkityksiä. Kysymysten järjestystäkin voi vaihdella vastausten mukaan. Haastattelua puoltaa myös halu saada syvempää tietoa hankalasti hahmotettavista asioista. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 34–35.)

Teemahaastattelua voidaan kutsua myös puolistrukturoiduksi tai puolistandardoiduksi haastatteluksi. Menetelmän määritelmien kirjo on vähintään yhtä runsas kuin nimitystenkin, mutta käytän tässä Merton, Fiske & Kendallin (1956, 3–4. sit. Hirsjärvi & Hurme 2010, 47) luonnehdintaa. Heidän mukaansa kohdennetun haastattelun tyypilliset piirteet ovat seuraavanlaisia:

- 1) haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen,
- 2) yhteiskuntatieteilijä on selvittänyt tutkittavan ilmiön oleellisia osia ja näistä luomansa analyysin avulla päättynyt tiettyihin oletuksiin tilanteen seurauksista,
- 3) analyysin perusteella hän kehittää haastattelurungon,
- 4) haastattelu suunnataan haastateltavien subjektiivisiin kokemuksiin analysoidusta tilanteesta.

Hirsjärven nimeämä teemahaastattelu eroaa esikuvasta siten, että menetelmä ”ei edellytä tiettyä kokeellisesta aikaansaattua yhteistä kokemusta, vaan lähtee oletuksesta, että kaikkia yksilön kokemuksia, ajatuksia, uskomuksia ja tunteita voidaan tutkia näin”. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 48.) Oleellisinta nimessä ja menetelmässä on se, että tarkkojen kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen teemojen mukaan. Näin haastattelija vapautuu tutkijan näkökulmasta ja tutkittavien omat

ajatukset pääsevät esiin. Ihmisten tulkinnat ja merkitykset ovat keskeisiä, samoin merkityksen syntyminen vuorovaikutuksessa. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 48.)

Vastaus tutkimuskysymykseeni lukijasuhteen synnystä tuskin selviäisi tiedustelemalla haastateltavalta suoraan hänen omaa käsitystään lukijasuhteen synnystä. Ensinnäkin koko käsite lukijasuhteesta voi olla haastateltavalle outo, ja mielikuva omasta lukijasuhteesta yleisluontoinen tai jäsentymätön. Joustava haastattelumenetelmä on omiaan tuomaan esiin taustalla piileviä käyttösyitä. Kasvotusten haastateltavia voi myös päästää sivupoluille, joita ei voi millään ennakoida lomaketta laatiessa. Sivupolut voivat aueta, kuten Hirsjärvi ja Hurme edellä totesivat, myös nonverbaalisten vihjeiden avulla.

Menettelytapa soveltuu aiheeseen myös Mertonin ja kumppaneiden määrittelyjenkin mukaan: haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen eli he kaikki ovat muuttaneet Pälkäneelle ja tilanneet Sydän-Hämeen Lehden. Tutkijana olen selvittänyt ja pohtinut tilanteeseen liittyviä ilmiöitä, joiden perusteella olen suunnitellut haastattelurungon, jonka laatimisesta kerron tarkemmin seuraavassa luvussa.

4.2. Haastateltavien valinta

Asetin haastateltaville kolme vaatimusta. Ensinnäkin heidän piti tilata tai lukea Sydän-Hämeen Lehteä säännöllisesti. Toiseksi heidän piti asua Pälkäneellä. Lähtökohtaisesti määrittelin lukijat uusiksi lehden lukijoiksi silloin kun sekä lukijuuden että pälkäneläisyyden alkamisesta oli kulunut korkeintaan vuosi. Viime mainitusta vaatimuksesta jouduin tinkimään yhden haastateltavan kohdalla kuukauden verran.

Sain Sydän-Hämeen Lehden toimituksen kautta listan tilaajista, joiden tilaus oli alkanut helmikuun 2010 jälkeen. Henkilökunta poisti tiedostosta pitkäaikaiset määräaikaistilaajat. Myös suurin osa ei-pälkäneläisistä tilausosoitteista oli poistettu luettelosta. Valitsin luettelosta ensisijaisesti sellaisia yhteystietoja, joiden postitoimipaikkana oli Pälkäne, jotta minun ei tarvitsisi tehdä rajankäyntiä eri kylien sijainnista esimerkiksi Kangasalan, entisen Kuhmalahden tai Pälkäneen välillä.

Listan saatuani kävin toimituksessa etsimässä nimen ja osoitteen perusteella Fonecta Finder -hakukoneella potentiaalisten vastaajien puhelinnumeroita. Useasti tilaajan nimi ja osoite eivät täsmänneet tai puhelinnumeroa ei ollut saatavilla. Kerättyäni parikymmentä puhelinnumeroa, valitsin ensimmäisen ehdokkaan umpimähkään listalta. Harmittavan usein tilaaja ei täyttänyt vaatimuksia, tai hän kieltäytyi haastattelusta. Lehden antaman listan lisäksi yritin löytää haastateltavia omien kontaktieni kautta siinä kuitenkaan onnistumatta. Sinänsä mahdollisten haastateltavien joukkokin on hyvin rajallinen: Pälkäneelle muuttaa vain § määrä ihmisiä vuodessa, joista vain osa on täysi-ikäisiä. Heistäkään kaikki eivät tilaa lehteä. Lisäksi monilla muuttajilla on aikaisempaakin asumis- tai tilaamishistoriaa paikkakunnalla.

Edellä mainituista rajoitteista huolimatta löysin viisi tilaaja, jotka sekä täyttivät kriteerit että suostuivat tulemaan mukaan tutkimukseen. Yritin myös kartuttaa tutkittavien määrää niin sanotulla lumipallomenetelmällä eli kysymällä heiltä uusia haastateltavia. Koska piiri ei lähtenyt laajenemaan, päädyin lopulta haastattelemaan myös kolmen haastateltavan puolisoita. Hyväksyin tilanteen paitsi potentiaalisten haastateltavien niukkuuden vuoksi, myös siksi että useasti lehti tuli miehen nimellä, jolloin naiset olisivat saattaneet jäädä selkeäksi vähemmistöksi.

Käytännössä haastattelut lähtivät liikkeelle puhelinsoitolla. Aluksi kerroin, että olen tekemässä tutkimusta uusista lukijoista opinnäytetyönäni. Sitten tiedustelin vastaajan sopivuutta haastatteluun eli täyttääkö hän aiemmin mainitsemani kolme ehtoa. Jokaista haastateltavaa kohti jouduin soittamaan 5–10 puhelua, ennen kuin luuriin sai henkilön, joka täytti haastateltavalle asetetut ehdot.

Moni kieltäytyi haastattelusta kiireisiinsä vedoten, mutta pääsin kuitenkin alkuun tavoitettuani viisi potentiaalia vastaajaa. Ehdotin tapaamista vastaajan kotona hänelle sopivana aikana.

4.3. Haastattelutilanteen toteuttaminen käytännössä

Tein kaikki haastattelut maaliskuusta–huhtikuussa 2011. Menin sovittuna aikana haastateltavan kotiin. Mikäli puhelinoiton ja haastattelutapaamisen väliin jäi riittävästi aikaa, lähetin kyselylomakkeet (Liitteet 2 ja 3) postitse vastaajalle saatekirjeen (Liite 1) kera. Otin kuitenkin kaiken varalta lomakkeita myös mukaani, mikä osoittautuikin jälkikäteen tarpeelliseksi.

Lyhyen jutustelun jälkeen valitsimme yhdessä paikan, missä voisimme keskustella rauhassa. Useimmiten välissämme oli pöytä, jolle asetin tallentimen pienen testauksen jälkeen. Jos olimme jo sivunneet jotain aihetta muutosta tai muusta vastaavasta, otin aiheen uudelleen esiin, jotta sain puheen taltioitua. Varsinainen haastattelu alkoi yhteys- ja tunnistetietojen täydentämisellä teemahaastattelupaperiin. Pääasiassa kysyin kysymykset samassa järjestyksessä kuin ne esiintyivät haastattelurungossa. Vaikka jokin asia olisikin tullut esille vastaajan vapaassa puheessa, saatoinkin kysyä alakysymyksen silti, koska halusin nähdä tuleeko asiasta ilmi jotain uutta, kun asia tulee esille hieman toisella tavalla. Haastatellessani tein merkintöjä itselleni asioista, joihin halusin palata myöhemmässä vaiheessa. Haastattelutilanteissa pyrin siihen, että jokainen haastateltava saa äänensä kuuluviin myös ennakoitujen asioiden ulkopuolelta. Tässä minua auttoivat nimenomaan nonverbaaliset vihjeet, kuten tauot, naurahdukset, tai ilmeet.

Kun olimme käsitelleet haastateltavan kanssa teemat muutosta, Pälkäneestä ja Sydän-Hämeen Lehdestä, sekä ajatukset ja tuntemukset lehdestä, keskeytin haastattelun ja siirryin Sydän-Hämeen lukemista koskevaan kyselyyn. Osio nivoutui luonnolliseksi osaksi haastattelua. Luin monivalintakysymykset ääneen ja pyydettäessä annoin vastaajan lukea kysymykset itse. Kyselyssä selvitin lehden lukemisen ajankohtaa ja siihen käytettyä aikaa. Ympyröin vastausvaihtoehdot haastateltavan vastausten mukaan ja tarvittaessa lisäsin täsmennyksen sille varatulle riville. Samalla valitsimme mukana olleista neljästä viimeksi ilmestyneestä Sydän-Hämeen Lehdestä sellaisen numeron, johon haastateltava arveli tutustuneensa tavanomaisesti. Joissain tapauksissa tämä aiheutti päänvaivaa, sillä viimeksi ilmestynyttä numeroa vastaaja ei ollut välttämättä ehtinyt lukea kunnolla ja toisaalta liian kaukaisen numeron valitseminen saattoi vaikeuttaa muistamista. Tässä vaiheessa siirryin istumaan haastateltavan viereen ja ryhdyimme yhdessä selaamaan lehteä.

Pyysin vastaajaa näyttämään etenemisjärjestyksessä kaikki elementit ja tekstit, joita hän on lukenut tai havainnut. Toisin sanoen merkitsin ensimmäisen sivun ensimmäisen elementin merkinnällä 1.1, seuraavan saman sivun elementin numerolla 1.2. jne. Numeroinnin lisäksi merkitsin viivalla, mistä ja kuinka pitkälle esimerkiksi leipätekstiä oli luettu. Menettelin ilmoitusten kanssa vastaavalla tavalla. Näin menetellen kävimme läpi koko lehden. Samalla lukija saattoi kommentoida näkemäänsä. Viimeisen sivun jälkeen otin lehden pois. Koska tein kommentteista muistiinpanoja, saatoinkin palata esiin nousseisiin asioihin myöhemmin haastattelun jatkuessa.

Lopuksi tiedustelin vielä lukemistilanteen tavanomaisuutta tai oliko siihen tullut keskeytyksiä, minkä jälkeen siirryin takaisin vastapäätä haastateltavaa ja ryhdyin tiedustelemaan parannuksia lehteen. Tässä yhteydessä palasin joihinkin haastateltavien esittämiin kommentteihin. Viimeiseksi joko vastaanotin tai täytimme yhdessä haastateltavan mediakäyttämistä koskevan lomakkeen ja taustatiedot. Tarvittaessa opastin kyselyn täyttämistä.

Haastatteluihin kului aikaa kolmesta vartista puoleentoista tuntiin vastaajasta riippuen. Loppuvaiheessa kysyin vastaajalta vinkkejä mahdollisista muista haastateltavista. Kukaan ei tuntenut ketään samassa tilanteessa olevaa puolisoaan lukuun ottamatta. Niinpä haastattelin myös

puolison samalla käynnillä, jos hän oli kotona. Tällaisista tilanteista sain loput kolme haastateltavaa kahdeksasta. Keskustelut käytiin siten, ettei kumpikaan puolisoista kuullut toisen vastauksia. Tosin haastateltavat saattoivat tarkistaa faktoja muuttamisesta tai tilauksesta puolisoltaan.

Haastateltuani kahdeksaa vastaajaa en kokenut enää mielekkääksi tavoitella enempää vastaajia. Huolimatta haastateltavien vähäisestä määrästä, samantyyppiset vastaukset alkoivat toistua, joten katsoin aineiston kyllästyneen.

4.4. Lukemis- eli obslås-tutkimuksen taustaa

Jorma Miettisen (1980) teos Sanomalehtien lukeminen on akateemisten lukemistutkimusten perusteos. Miettinen on kartoittanut teoksessaan maakuntalehtien lukemista. Samassa yhteydessä hän valottaa eri aihealueiden kiinnostavuuden ja ilmoitusten huomioarvojen tutkimiseen käytettyjen menetelmien historiaa. Teoksessaan Miettinen arvioi, että sanomalehtien lukemistutkimusten peruserä ei ole juurikaan muuttunut vuosikymmenten aikana. Hän kertoo lukemistutkimusten lähteneen liikkeelle vuonna 1930, jolloin George Gallup esitteli menetelmänsä lukijakunnan mielenkiinnon kohteiden tutkimiseksi. Menetelmä on kaikessa yksinkertaisuudessaan seuraavanlainen:

”Tutkija käyttää lehden tuoretta numeroa jokaisen lukijan kiinnostuksen selvittämiseksi. Lehti asetetaan lukijan eteen sopivalle etäisyydelle. Tutkija merkitsee kynällä lehteen kaiken, mitä on luettu”
(Gallup 1930, 5–6. Sit. Miettinen, 44.)

Miettinen kertoo lukemistutkimusten kehityksestä aina reikäkorttien mielenkiintoista maailmaa myöten, kunnes 1970-luvulla tutkimus palaa jälleen soveltamaan edellä kuvattua yksinkertaista Gallupin menetelmää.

Ruotsalaiset kehittivät niin sanotun obslås-menetelmän, jossa haastattelija valitsee haastateltavan, menee lukijan kotiin, ja esittää tälle saman tai edellisen päivän lehden. Haastattelija käy lehden läpi yhdessä haastateltavan kanssa siinä järjestyksessä kun lukija on tottunut lehtensä lukemaan. Haastattelija merkitsee jokaiselle sivulle kaikki kohdat, jotka lukija kertoo lukeneensa tai havainneensa, olipa kyseessä sitten otsikko, teksti, kuva tai ilmoitus. (Miettinen 1980, 51–52).

4.5. Kyselyiden ja haastattelurungon laatiminen

Taustatietojen keräämisen tarkoituksena oli selvittää, löytyykö eri muuttujien ja Sydän-Hämeen Lehden lukemistottumusten väliltä yhteyttä. Lomakkeella (Liite 3) tiedustelin muun muassa vastaajien ikää, elämäntilannetta ja heidän harrastuksiaan. Kysymykset pohjautuivat Hujasen (2007, 291–292) käyttämiin lomakkeisiin, joiden perusteella muodostin yksinkertaisen tähän tutkimusasetelmaan soveltuvan lomakkeen.

Lisäksi laadin toisen kyselylomakkeen (Liite 2), jossa tiedustelin haastateltavien tiedotusvälineiden seuraamista. Kysyin tutkittavilta, kuinka paljon he käyttävät aikaa sanomalehtien, radion, television tai internetin parissa päivittäin. Selvitin myös, kuinka usein he seuraavat paikallisia asioita erikseen nimetyistä medioista.

Sisällytin teemahaastattelun sisälle pienen lukemistapaa koskevan monivalintatehtävän (liitteen 4 keskellä). Kysymykset poimin lähes sellaisenaan Miettisen (1980, 352–357) sanomalehtien lukemista koskevasta tutkimuksesta. Kysyin, missä, miten ja milloin lukija lukee Sydän-Hämeen Lehteä, ja paljonko hän käyttää siihen aikaa.

Mielestäni vastaajien taustatiedot ja median käyttö oli käytännöllistä ja luontevaa selvittää lomakkeella, koska kaikki tutkimuskysymykset eivät vaatineet haastattelua ja sen tuomaa työlästä litterointivaihetta. Lisäksi valmiit vastausvaihtoehdot pitivät vastaukset keskenään

vertailukelpoisina. Halusin myös antaa haastateltaville aikaa miettiä vastauksia rauhassa omalla ajallaan ilman haastattelijan tuomaa painetta.

Testasin lomakkeet alustavasti kotoa löytyneellä median kuluttajalla. Tästä huolimatta havaitsin puutteita ensimmäisessä haastattelussa, joka oli aiottu varsinaiseksi koehaastatteluksi. Kyselyn yksiselitteisen ymmärtämisen parantamiseksi tein haastattelun lopussa korjauksia sekä teemahaastattelurunkoon että lomakkeisiin. Täsmennykset olivat lopulta aika pieniä ja pystyin korjaamaan epäselvyydet itse haastattelutilanteessa, joten haastateltavien vähäisyyden vuoksi päätin samoin tein ottaa koehaastateltavan mukaan tutkimukseen.

Teemahaastattelun runko (Liite 4) syntyi, kun olin yhdistellyt havaintoja samantyyppisten tutkimusten kyselylomakkeista, ohjaajan vihjeitä ja maalaisjärkeä. Haastattelutilanteessa keskustelin haastateltavien kanssa neljästä pääteemasta. Tiedustelin heidän ajatuksiaan ja kokemuksiaan muutosta, Pälkänneestä ja Sydän-Hämeen Lehestä yhdessä ja erikseen sekä Sydän-Hämeen Lehteen tutustumisesta. Lisäksi pyysin haastateltavia pohtimaan, miten heidän lukemisensa on muuttunut tilauksen alusta, ja millaisia parannusehdotuksia heillä olisi lehdelle.

4.6. Haastattelujen purkaminen ja teemoittelu

Aloitin aineiston purkamisen haastattelujen litteroinneilla kahdesta syystä: ensinnäkin haastattelut olivat tutkimukseni tärkein aineisto ja toisekseen litterointi oli osoittautunut aiemman kokemuksen perusteella aikaa ja kärsivällisyyttä vaativaksi menetelmäksi. Purin haastattelut sanelimelta ja kirjasin haastattelut sanasta sanaan, mukaan lukien toistot, tankkaamiset ja puolittain lausutut sanat. Kirjoitin tekstiin myös merkitykselliset naurahdukset tai huomattavan pitkät miettimistauot ynnä muut sellaiset ei-kielelliset seikat itselleni mahdollisia tulkintatilanteita varten. Saatuaani kaiken kirjoitettuun muotoon ryhdyin lukemaan litterointeja.

Tallensin ja säilytin alkuperäiset litteroinnit omana tiedostonaan. Lukemiskertojen lisääntyessä tiivistin tekstiä ja tallensin ne uudella nimellä, jotta voin tarvittaessa palata alkuperäiseen. Poistin muun muassa toistettuja sanoja, änkytyksiä ja takelteluja, jotka eivät mielestäni olleet asian kannalta oleellisia. Hävitin tekstistä myös epäoleellisia kommentteja, muisteluja tai muita sivupolkuja, joita en kyennyt millään tavoin liittämään käsiteltyyn aiheeseen edes välillisesti. Mitään oleellista ei voinut kadota, sillä tällaisia kohtia oli varsin vähän. Tällä menetelmällä teksti oli hieman selkeämpää luettavaa. Tulostin alustavasti selkeytetty litteroinnit paperille lisämuokkausta varten ja jatkoin lukemista.

Lukukierrosten lisääntyessä ryhdyin alleviivaamaan tekstistä oleellisia kohtia. Aluksi havainnot pyörivät orjallisesti lomakkeen teemoissa, joissa olin tiedustellut haastateltavilta heidän kokemuksiaan muutosta, Pälkänneestä ja Sydän-Hämeen Lehestä yhdessä sekä Sydän-Hämeen Lehteen tutustumisesta. Lisäksi olin pyytänyt haastateltavia pohtimaan, miten heidän lukemisensa oli muuttunut tilauksen alusta ja millaisia parannusehdotuksia heillä olisi lehdelle. Löydettyäni samankaltaisuuksia eri asiayhteyksistä, lisäsin alleviivauksiin tietyn värin.

Vähitellen teemat alkoivat irtaantua alkuperäisistä aiheista omanlaisiksi kokonaisuuksikseen. Värittämisen jälkeen kopioin tekstejä eri otsikoiden alle havaitsemieni aiheiden mukaan. Kun olin aikani tiivistänyt tekstiä ja keskustellut esiin nousevista aiheista seminaarilaisten kanssa, alkoi liuskoista kiteytyä teemoja, jotka jäsentyvät vallan toisin kuin teemahaastattelun aihealueet. Lopulta työhön valikoitui viisi teemaa, joissa haastateltavat kuvaavat tiedonhankintaa, sosiaalisia suhteita, kotiutumista, lukukokemuksia ja hyötymistä.

Rajanveto eri teemojen välille ei ollut kuitenkaan yksinkertaista. Asiat kietoutuvat toisiinsa ihmisten puheessa, mistä esimerkkinä seuraava sitaatti.

H: Miten lehti on vaikuttanut kotiutumiseen? Minkälainen rooli sillä on?

13: Kyllähän sieltä tietysti aina hakee, siellä on näitä juttuja ja tapahtumia, avartaahan se koko ajan. Kun ei olla vielä niin syvällisesti ihmisiin tutustuttu, että oltaisiin istuttu vaikka saman pöydän ääressä ja vaihdettu ajatuksia. Kyllähän se näin lehden kautta paremminkin tulee esille keskustelunaiheet.

Kysyn kotiutumisesta, minkä vastaaja mieltää paikkakuntaan tutustumiseksi lehden juttujen kautta (avartuminen). Samalla selviää, että kotiutumisesta puuttuvat vielä ”syvällisemmät” tuttavuudet muihin ihmisiin, mutta lehti tarjoaa kuitenkin aineksia sosiaalisten suhteiden rakentamiseen keskustelunaiheiden kautta.

Tähän lopputyöhön luettavaksi valikoituneet esimerkkisitaatteja muokkasin vielä lisää. Tarkoituksena oli parantaa luettavuutta, mutta myös karsia sellaiset ilmaisut, jotka voisivat paljastaneet haastateltavan henkilöllisyyden. Edellä mainitusta syystä poistin kokonaan paikkojen tai henkilöiden nimet. Silti tekstiin jäi puhekieltä ja suoranaista sekavuutta, jos puhe oli sellaista. Olisin kokenut liiallisen silottelun vääristelyksi, vaikka luettavuus ja asioiden selkeys olisi sitä voinut vaatiakin.

Mainitsemani teemat voisi helposti kiepauttaa toiseen asentoon, jolloin esimerkiksi tiedonhankinnan, sosiaaliset suhteet ja kotiutumisen voisi typistää pelkiksi hyödyiksi. Sosiaaliset suhteet ja tiedonhankinnan voisi rajata myös kotiutumiseksi, jolloin näkökulma olisi jälleen toinen. Nämä viisi teemaa kuvaavat kuitenkin selkeämmin lukijasuhteen muodostumista kuin yleisluontoisempi jaottelu, joten siirryn mainitsemieni viiden teema analysointiin seuraavassa luvussa.

4.7. Kyselyiden käsittely ja haastateltavien kuvailu

Litteroinnin ohessa tein haastateltavien taustatiedoista (Liite 3) ja lukemistutkimuksen (Liite 4) vastauksista yksinkertaiset taulukot, joista pystyin silmäilemään haastateltavien vastauksia ja vertaamaan niitä keskenään. Taulukot jäivät omaan käyttööni, koska niiden perusteella olisi paljastunut liian yksilöityä tietoa haastateltavista. Tein taulukon myös kolmannen, mediakäyttäytymistä tutkineen lomakkeen (Liite 2) tietojen perusteella.

Haastateltavat asuivat siis Pälkäneellä. He tilasivat tai heidän talouteensa tilattiin Sydän-Hämeen Lehti. Kaikkien haastateltavien kotiin lehti alkoi tulla viimeistään kahden kuukauden kuluttua muutosta. Haastateltavat olivat asuneet Pälkäneellä puolesta vuodesta 13 kuukauteen. Vain kolme haastateltavista oli täysipäiväisesti mukana työelämässä, kolme heistä oli kokoaikaeläkkeellä ja kaksi henkilöä oli poissa työelämästä kokonaan tai osittain. Vain yhden vastaajan talouteen kuului vielä alaikäisiä lapsia. Yksi haastateltava asui yksin, muut elivät parisuhteessa. Tutkittavien joukossa oli kolme pariskuntaa, jotka asuivat omistamassaan omakotitalossa, kaksi työssäkäyvää asui vuokralla.

Vastaajien iät vaihtelivat 28–67 vuoteen. Kolmikymppiset vastaajat puuttuivat kokonaan. Vastaajien ikä painottui vanhempaan ikäryhmään, kuten Pälkäneen kunnan ikärakenne muutenkin. Kun asetin vastaajat eri luokkiin iän mukaan (Taulukko 4), noudatteli prosentuaalinen rakenne jotakuinkin VPT 2011 -tutkimuksen ikäjakaumaa, joka on kuvattu luvussa 3.

IKÄ/vuotta	MÄÄRÄ (n=8)	%
15–34	1	17
35–44	1	13
45–59	3	37
60–79	3	34

Taulukko 4. Tutkimukseen osallistuneiden iän jakaantuminen luokittain.

Kahdeksasta muuttajasta vain kaksi oli muuttanut Pirkanmaan sisällä ja heistä kumpikaan ei ollut asunut koskaan vakituisesti Pälkäneellä, Kangasalla tai Kuhmalahdella. Kangasalla tai Kuhmalahdella asuminen olisi tarkoittanut sitä, että asukkaat olisivat ainakin silloin tällöin saaneet Sydän-Hämeen Lehden peittojakeluna. Kaksi haastateltavaa oli kuitenkin viettänyt paikkakunnalla kesiään joko lapsena tai aikuisena. Kukaan ei ollut edes syntynyt Pälkäneellä tai edellä mainituissa pitäjissä. Siten haastateltavat vastasivat tutkimusasetelmaa, eli heillä ei ollut liian pitkää tai säännöllistä lukijasuhdetta lehteen, vaan he todella olivat uusia lukijoita.

Kuten jo aiemmin mainitsin alaluvussa 2.2.2, en ole kiinnostunut Pälkäneen tai edes Sydän-Hämeen Lehden synnyttämistä mielikuvista tai näiden kahden imagosta sellaisenaan. Maine tai mielikuvat oli kuitenkin syytä selvittää siltä varalta, että niissä olisi ollut jotain sellaista, joka olisi voinut vaikuttaa ihmisten asenteisiin. Haastattelujen perusteella lehden ja paikkakunnan maineet olivat jotakuinkin neutraaleja tai peräti myönteisiä. Kukaan tutkittavista asiaa tiedustellessa ei kertonut mitään sellaista mielikuvistaan, mikä olisi voinut vaikuttaa ennalta lukijasuhteeseen tai sen syntymiseen. Tosin yhdelle haastateltavalle paikkakunta oli ollut selkeästi pettymys, jonka hän myös ilmaisi monin tavoin, mutta silti hänkään ei kokenut mielikuvaansa negatiivisena.

Yhtä tai kahta vastaajaa lukuun ottamatta haastateltavien vapaa-ajanviettoon kuului koti ja perhe, liikunta ja urheilu sekä luonto. Vapaa-ajanvietto keskittyi pääasiassa Pälkäneelle, vain muutama liikkui ja urheili laajemmalla alueella. Puolet harrasti kulttuuria, ja harrastaminen ulottui vähintään Tampereen alueelle. Yli puolet ilmoitti matkailevansa koti- tai ulkomailla. Selkeä vähemmistö osallistui yhdistys- tai järjestötoimintaan ja vain yksi osallistui toimintaan Pälkäneellä.

4.8. Lukemistutkimuksen havaintojen kerääminen ja taltiointi

Haastattelujen jälkeen minulla oli käsissäni kahdeksan Sydän-Hämeen Lehden numeroa, joihin oli merkitty haastateltavien lukemiset. Yhdet kappaleet lehtiä oli päivätty 17.3.2011 (16 sivua), 7.4.2011 (16 sivua), 2.4.2011 (12 sivua), ja viisi kappaletta päivätty 4.4.2011 (20 sivua ja 4 sivun liite). Kokosin lukemisinformaation pikkutarkasti Excel-tilukkaan, josta yksinkertaistettu kuva ohessa (Taulukko 5). Taulukko jatkuu alaspäin aina uudella haastateltavalla ja hänen lukemallaan lehdellä.

	sivu		Pääjuttu				Tekstiä luettu					Kain.	Fakta	Juttu 1			Juttu 2 jne			Ilmoitus 1...n		
			ots	esir.	kuva	k-txt	v-ots.	riv.	kpl	puol	kok.	muu		ots	. Jne		ots	. Jne		ots	kuv	txt
H a a s t a t e l t a v a 1	1	Järjestys	1		2	3			4						5						6	
		Aihe																				
		Otsikko																				
		Palstal.																				
	2	Järjestys																				
		Aihe																				
		Otsikko																				
		Palstal.																				
	jne.	Järjestys																				
		Aihe																				
		Otsikko																				
		Palstal.																				

Taulukko 5. Esimerkki Excel-tilaukseen siirretyistä lukemistutkimuksen havainnoista.

Ensimmäisessä pystysarakkeessa on haastateltavan numero, toisessa sarakkeessa tutkitun lehden sivut järjestyksessä sivu 1, sivu 2 jne. Ylimmällä vaakarivillä oli solut sivun pääjutulle ja sen mahdollisille kainalojutuille ja faktalaatikoille, sekä sivun muille jutuille merkinnöillä juttu 1, juttu 2, juttu 3 jne. Rivi jatkuu ilmoituksilla samaan tyyliin ilmoitus 1, ilmoitus 2 jne.

Juttuja koskevien rivien alle oli varattu solu jutun mahdollisille eri elementeille, kuten otsikolle, esi- tai jälkiriville, kuvalle, kuvatekstille ja väliotsikolle. Leipätekstin lukemisen laajuutta hahmotin sarakkeilla rivit, kappale, puolet tekstistä, teksti kokonaan tai kohdalla muu. Käytännössä kohta muu tarkoitti lihavoitujen nimien lukemista tai jutun silmäilyä sieltä täältä satunnaisessa järjestyksessä. ”Järjestys”-riville merkitsin, missä järjestyksessä elementit oli luettu tai havaittu. Kirjasin taulukkoon myös jutun pääotsikon ja jutun aiheen, mikäli se ei selvinnyt otsikosta sekä kyseessä olevan jutun palstaleveyden.

Kuvan esimerkissä Haastateltava numero 1 on havainnut sivulta numero yksi pääjutun otsikon (1), jonka jälkeen hän on katsonut kuvan (2) ja kuvatekstin (3). Sitten hän on lukenut kappaleen tai useamman leipätekstiä (4), minkä jälkeen hän on siirtynyt jonkun muun jutun otsikkoon (5) ja sitten jonkun ilmoituksen kuvaan tai logoon (6) samalla sivulla.

Saatuani kaikki tiedot kasaan tulostin taulukon paperille ja ripustin sen työtilaani. Pyrkimyksenä oli hahmottaa kokonaisuutta, jotta löytäisin lukutavoista merkkejä pantavia tai yhteisiä piirteitä. Lähinnä olin kiinnostunut lukemisen laajuudesta ja järjestyksestä. Havaintojen helpottamiseksi väritin kunkin sivun lukemisjärjestyksen kuusi ensimmäistä elementtiä eri väreillä, koskivatpa ne sitten journalistista aineistoa tai ilmoituksia. Taulukko täplittyi hajanaisesti, enkä löytänyt sieltä visuaalisesti selkeitä keskittymiä tai ryppäitä, joiden pohjalta olisin voinut löytää vihjeitä tutkimuksen suuntaamiseksi, puhumattakaan, että olisin voinut vetää suoria johtopäätöksiä.

Laskin juttujen ja ilmoitusten määrän per lehti ja koko tutkimuksessa. Juttujen määrä eri lehdissä vaihteli 35–62 kappaleeseen ja ilmoitusten määrä 38–80 kappaleeseen. Koko tutkimuksessa oli mukana yhteensä 427 juttua, joista pääjuttuja 125 kappaletta. Ilmoituksia oli yhteensä 596. Sydän-Hämeen Lehden numero (4.4.2011), joka selattiin viiden haastateltavan kesken, sisälsi eniten sivuja, juttuja ja ilmoituksia.

Lopulta selvitin karkeasti, kuinka paljon haastateltavat lukivat eri juttuja. Selkeyden vuoksi olen säästänyt tämän menetelmän selityksen analyysiosioon, jossa esittelen juttujen ja ilmoitusten huomioimista ylipäättään. Menettelin samoin myös pääjuttujen lukemista erittelevän osion kanssa, jossa pyrin vertaamaan tutkittavien lukemisen tarkkuutta VPT 2011 -tutkimuksen tulosten kanssa. Päädyin tällaiseen, koska pelkkä analyysi voisi antaa liian yksioikoisen tuloksen ilman menetelmäkuvausten välitöntä läsnäoloa. Nämä analyysit metodeineen selvitän luvussa 5.

5. SYDÄN-HÄMEEN LEHDEN ROOLI UUDEN LUKIJAN ELÄMÄSSÄ

Tässä luvussa puran tutkimukseni tuloksia. Pää tarkoitus on hahmottaa, kuinka Sydän-Hämeen Lehden uusien lukijoiden lukijasuhde syntyy.

Tätä pääkysymystä hahmotan apukysymysten avulla:

- 1) miten Sydän-Hämeen Lehteä luetaan,
- 2) millainen rooli Sydän-Hämeen Lehdellä on uusien lukijoiden arjessa ja
- 3) Miten haastateltavat parantaisivat Sydän-Hämeen Lehteä.

Aloitan analyysin selvittämällä haastateltavien median käyttöä yleensä ja etenen tästä paikallismedioiden käytön kautta Sydän-Hämeen Lehden lukemiseen. Vertailen kohdassa 5.2. lukemistarkkuutta uusien lukijoiden ja VPT 2011 -tutkimuksen lukijoiden kesken, vaikka tulokset on alun perin saatu eri menetelmillä. Saadakseni suuntaa-antavan vertailun tehtyä, muokkasin omat yksityiskohtaiset havaintoni lukemistarkkuudesta VPT 2011 -tutkimuksen sanallisia luonnehdintoja vastaaviksi. Jotta lukija voi arvioida lopputuloksen toimivuutta, olen poikkeuksellisesti selostanut metodin analyysiosion yhteydessä.

Syvemmillä lehden rooliin pureudun analysoimalla teemahaastattelun tuloksia. Viimeksi valaisen lukijoiden kritiikkiä ja parannusehdotuksia, sekä pyrin muodostamaan eräänlaisen synteisin tärkeimmistä havainnoista.

5.1. Vastaajien mediankäyttö yleensä

Selvitin kyselylomakkeella (Liite 2), mitä sanoma- ja aikakauslehtiä haastateltavat tilasivat tai lukivat säännöllisesti. Lisäksi he vastasivat kysymyksiin, joissa selvitettiin eri medioiden parissa käytettyä aikaa (Taulukko 6).

Haastateltavien suhteesta sanoma- ja aikakauslehtiin löytyi monta yhteistä piirrettä. Kaikkien talouteen tilattiin maakunnan ykköslehti Aamulehti. Kahteen talouteen tuli lisäksi Helsingin Sanomat. Kahta vastaajaa lukuun ottamatta vastaajat lukivat aikakauslehtiä säännöllisesti, iso osa luki useampaa kuin kahta aikakauslehteä. Lisäksi he lukivat ilmaisjakelu- ja ammattilehtiä. Lähes kaikki seurasivat iltapäivälehtiä ainakin joskus, yli puolet netin välityksellä. Vastaajat käyttivät paljon aikaa myös radion kuunteluun ja television katseluun. Puolet haastateltavista kuunteli radiota enemmän kuin kaksi tuntia päivässä. Kaikki katsoivat televisiota vähintään 12 tuntia. Suurin hajonta syntyi internetin käytössä.

Aika	Sanomalehdet	Muut lehdet	radio	Tv	Internet
10–15 min	1	3			3
16–59 min	6	4	1		2
1–2 t	1	1	2	4	3
yli 2 t			4	4	
En osaa sanoa			1		

Taulukko 6. Tutkittavien ajankäytön jakautuminen eri medioiden välillä.

5.2. Paikallismedioiden seuraaminen yleensä ja Sydän-Hämeen Lehden rooli

Kysyin tutkittavilta avoimella kysymyksellä (Liite 2), mistä he hankkivat pääasiallisesi tietoa paikallisista asioista. Kaikki mainitsivat Sydän-Hämeen Lehden, kaksi mainitsi lisäksi Aamulehden. Netti, ilmoitustaulut, työpaikka ja ilmaisjakelulehti Seutulainen saivat kukin yhden maininnan.

Selvitin vielä erikseen, kuinka usein tutkittavat seurasivat paikallisia asioita sanomalehdistä, radiosta, televisiosta ja internetistä. Sanomalehdistä vaihtoehtoisissa oli mainittu Sydän-Hämeen Lehti ja Kangasalla ilmestynvä Kangasalan Sanomat sekä Aamulehti (taulukko 6). Haastateltavat seurasivat paikallisia asioita viikoittain tai useammin Sydän-Hämeen Lehdestä ja samoin Aamulehdestä. Joku haastateltava kertoikin, että hän etsii Aamulehdestä päivittäin uutisia Pälkäneeltä, vaikkei niitä siellä joka päivä olekaan.

Valtaosa eli viisi vastaajaa ilmoitti, ettei koskaan seuraa paikallisia asioita Sydän-Hämeen Lehden, Aamulehden tai Yle Tampereen internetsivuilta. (Kangasalan Sanomia ei edes mainittu vaihtoehtoisissa, koska lehti ei silloin päivittänyt lainkaan nettisivujensa sisältöä). Kolme henkilöä seurasi paikallisia asioita viikoittain tai harvemmin Sydän-Hämeen Lehden ja Aamulehden sivuilta. Vastaajista viisi henkilöä mainitsi käyttävänsä paikallisia nettisivuja, lähinnä kunnan sivuja, paikallistiedon hankintaan. Kaksi vastaajaa ilmoitti, ettei seuraa lainkaan paikallisia asioita internetin kautta.

Teemahaastattelun yhteydessä kysyin Sydän-Hämeen Lehden lukemisesta. Haastateltavat saivat valita sopivimman vastauksen eri vaihtoehtoista (Liite 4). Kaikki lukivat Sydän-Hämeen Lehden viimeistään ilmestymispäivän iltana. Suurin osa kotona olevista lukijoista tarttui lehteen heti sen kolahdettua postilaatikkoon. Osa oli kuvaillut lukutilannetta erikseen kommentoinnille varattuun tilaan. Varsinkin työssäkäyvien kuvauksissa korostui viihtymisen ja rentoutumisen elementit, joista tarkemmin teemahaastattelujen yhteydessä.

Kyselylomakkeessa tiedustelin tarkasteltavan lehden selailukertoja, lukemiseen käytettyä aikaa sekä sitä, mistä kohtaa haastateltavat lehtensä aloittavat. Haastateltavat etenivät etukannesta loppua kohden ja teemahaastattelujen yhteydessä selvisi, ettei kukaan heistä esimerkiksi etsinyt lukiessaan tietäntyyppisiä juttuja, tiettyä palstaa tai kirjoittajaa erikseen.

Sanomalehdet	Sydän-Hämeen Lehti	Kangasalan Sanomat	Aamulehti	Ilmaisjakelulehti (lehden nimi)
päivittäin	2		7	
viikoittain	6		1	
kuukausittain				2 (Seutulainen)
harvemmin kuin kuukausittain				
en koskaan		8		6

Taulukko 7. Paikallisten asioiden seuraaminen eri paikallislehdistä ja ilmaisjakelulehdistä.

Kyselyvaihtoehtoisissa kuusi haastateltavaa ilmaisi selanneensa tai lukeneensa tutkittavaa Sydän-Hämeen Lehden numeroa kerran. Kaksi haastateltavaa oli tarttunut lehteen kahteen kertaan. Neljä pisimmän ajan lehteä lukeneista piti lukemistilannetta tavanomaisena, muille oli tullut jokin keskeytys tai muita kiireitä. Tosin yksi pienen lapsen äiti kuvasi keskeytynyttä lukutilannetta tavanomaiseksi. En pidä myöskään toista tilannetta, jossa lukija oli nukahtanut töiden jälkeen lehden kanssa sohvalle mitenkään poikkeuksellisenä lukutilanteena.

Aika	haastateltavat (N=8)
alle 10 min	2
11–20 min	3
21–40 min	1
yli 40 min	2
en osaa sanoa	0

Taulukko 8. Haastateltavien Sydän-Hämeen lehden lukemiseen käyttämä aika.

Metodiosion alaluvussa 4.8. kerroin, kuinka taulukoin lukemistutkimuksen havainnot Excel- taulukkoon ja jäsensin esimerkiksi lukemisjärjestystä visuaalisesti värikoodien avulla. Pääosa luki sanomalehteä samankaltaisesti kuin ihmiset muutenkin eli pääasiassa uudet lukijat silmäilivät otsikoita, kuvia ja kuvatekstejä. Jos aihe kiinnosti, jutusta luettiin enemmän tai vähemmän myös leipätekstiä. Havaintojen perusteella pystyi tekemään jonkinlaisia johtopäätöksiä yksittäisten lukijoiden yksilöllisistä lukutavoista tai kiinnostuksen kohteista. Se ei kuitenkaan ollut tämän tutkimuksen tarkoitus.

Aineistosta ei ilmennyt mitään sellaista, mistä olisi voinut tehdä johtopäätöksiä nimenomaan ryhmänä tai osaryhminä, koska yksilölliset erot olivat huomattavia ja otos pieni. Lukemiseen vaikuttavia taustamuuttujia oli aivan liikaa alkaen iästä, perhe- ja työtilanteesta, harrastuksista ja mielenkiinnon kohteista. Koska lukutilanteissa oli keskeytyksiä ja luvussa eri päivien lehtiä, en mitannut esimerkiksi yleislukuarvoa eli niiden lukijoiden netto-osuutta, jotka ovat huomanneet jonkun osan jutusta.

Selvitin kuitenkin, kuinka tarkkaan kukin haastateltava luki lehensä (Taulukko 9). Vertasin jokaisen haastateltavan kohdalla heidän lukemansa lehden sisältämää juttu- ja ilmoitusmäärää siihen, kuinka monta juttua tai ilmoitusta he olivat huomioineet. Tulkitsin jutun huomioiduksi, jos siitä oli luettu tai katsottu yksikin teksti- tai kuvaelementti. Pelkän kuvan huomioiminen oli erittäin harvinaista. Useasti jutun silmäily käsitti vähintään yhden tekstielementin, yleensä vähintään otsikon tai esi- tai jälkirivin. Tutkittava saattoi havaita lisäksi kuvatekstin, väliotsikon tai esimerkiksi lihavoidun nimen tekstistä. Vaikka kyse on pitkälti jonkinlaisesta lukemisesta pelkän katselun sijaan, käytän silti mieluummin termiä huomioiminen kuin lukeminen. Tarkastelin ilmoitusten saamaa huomiota samalla periaatteella.

Haastateltu (n=8)	Juttujen kokonaismäärä/ huomioitujen juttujen kpl määrä (%)	Ilmoitusten kokonaismäärä/ huomioitujen ilmoitusten kpl määrä (%)
1	42/33 (79 %)	74/30 (41 %)
2	62/27 (44 %)	80/13 (16 %)
3	62/58 (94 %)	80/78 (98 %)
4	62/18 (29 %)	80/28 (35 %)
5	62/52 (84 %)	80/38 (48 %)
6	62/18 (29 %)	80/38 (48 %)
7	40/25 (63 %)	84/21 (25 %)
8	35/24 (69 %)	38/3 (8 %)

Taulukko 9. Haastateltujen huomioimat jutut ja ilmoitukset.

Huomioimisen laajuus vaihteli 29–84 prosenttia jutuista. Viisi lukijaa huomioi jollain tavalla yli 60 prosenttia jutuista, yksi alle puolet ja loput kaksi noin kolmasosan.

Ilmoitusten huomioiminen vaihteli 8 prosentista 98 prosenttiin. Jos haastateltava sanoi esimerkiksi silmälleen ilmoitussivun, mutta ei pystynyt sanomaan, mihin katse olisi pysähtynyt, en laskenut ilmoituksia huomioiduksi mitenkään. Ilmoitusten huomioimisen pienin prosentti (8 %) voi selittyä sillä, että tämä tutkittava oli ainoana lukenut viimeksi maanantaina ilmestyvän lehden. Sen journalistinen ja ilmoitusaineisto on selvästi vähäisempi kuin torstain lehden. Lisäksi maanantain lehdessä on paljon pieniä, toistuvia ilmoituksia.

Kokonaisuutena voi todeta, että ainakin tällä menetelmällä huomioimisessa oli suuria henkilökohtaisia eroja. Tutkimuksen tarkin lukija huomioi, ja itse asiassa myös luki, lähes kaiken toimituksellisen ja ilmoitusaineiston. Suurin osa kiinnitti toimitukselliseen sisältöön enemmän huomiota kuin ilmoituksiin, mutta oli mukana sellainenkin henkilö, joka kiinnitti ilmoituksiin selvästi enemmän huomiota kuin varsinaiseen journalistiseen sisältöön. Viimemainitun henkilön kohdalla tämä seikka vahvistui, kun erittelin lukemista tarkemmin pääjuttujen kohdalla.

Koska halusin saada vähän tarkempaa tietoa lukemisesta, kävin läpi pienemmän aineiston eli jokaisen sivun pääjutut (Taulukko 10). Yleensä pääjutuksi valikoitui helposti sivun tai aukeaman suurin juttu. Jos sellaista ei selkeästi löytynyt tai jutut olivat samankokoisia, valitsin sivun ylimmän jutun pääjutuksi. Tulkitsin luetuiksi huomioiduiksi vain sellaiset pääjutut, joista oli luettu leipätekstiä vähintään yhden kappaleen verran.

Haastateltu (n=8)	Pääjuttujen kokonaismäärä/ huomioitujen pääjuttujen määrä (%)
1	14/4 (29 %)
2	18/6 (33 %)
3	18/18 (100 %)
4	18/2 (2 %)
5	18/14 (78 %)
6	18/2 (2 %)
7	12/2 (17 %)
8	9/1 (11 %)

Taulukko 10. Lehden sisältämien pääjuttujen kokonaismäärä ja huomioitujen juttujen määrä sekä prosentuaalinen osuus.

Tällä tarkastelutavalla lukeminen näyttäytyy kokonaan toisenlaisena. Huomioimiseen vaadittiin vain yhden kappaleen lukeminen. Huomioiduksi tulleiden juttujen osuus vaihtelee 11 prosentista 100 prosenttiin. Kaksi ahkerinta lukijaa huomioi valtaosan pääjutuista. Neljä eli puolet huomioi alle viidesosan ja kaksi henkilöä vain noin kolmasosan lehden pääjutuista.

Jotta olisin saanut näihin huomioarvoihin jonkinlaista vertailukohtaa, palasin VPT 2011 - tutkimukseen ja pyrin sovittamaan oman tutkimusmenetelmäni Tietoykkösen tapaan jäsentää lukemistarkkuutta (Taulukko 11). Tietoykkösen toteuttamassa tutkimuksessa tiedusteltiin lehden lukemistarkkuutta kysymyksellä: ”Kuinka tarkasti luette yleensä Sydän-Hämeen Lehden.” Vastausvaihtoehtoina olivat: kannesta kanteen, lähes kokonaan, valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia, katselee vain otsikot ja kuvat, ei lue juuri lainkaan ja en osaa sanoa.

Omassa tutkimuksessani tarkastelin lukemistarkkuutta obslās-menetelmän avulla. Haastatteluja ja haastattelulomakkeita tehdessäni en ollut tietoinen Sydän-Hämeen Lehden osallistumisesta valtakunnalliseen paikallismediatutkimukseen. Jotta voisin tehdä edes suuntaa-antavia vertailuja VPT 2011 -tutkimuksen ja oman tutkimukseni välillä, loin viisiportaisen luokittelun, jota sovelsin sivukohtaisesti jokaisen haastateltavan kohdalla. Selostan vertailumenetelmän poikkeuksellisesti analyysin yhteydessä, jotta lukija voi arvioida menettelyn soveltuvuutta tarkoitukseensa.

Käytän lukutarkkuuden kuvaamisessa samaa asteikkoa kuin Tietoykkönen, paitsi että olen korvannut ”kannesta kanteen” vaihtoehdon ilmauksella ”kokonaan”. Selasin läpikäydyt lehdet ja tein erilliseen taulukkoon sivukohtaisen arvion siitä, miten haastateltavat olivat kunkin sivun lukeneet. ”Kokonaan” tarkoitti koko sivun sisältöjen lukemista ilmoituksia myöten. Jos vain todella pieni osa jäi huomioimatta, tulkitsin sivun silti kokonaan luetuksi. Luokka ”lähes kokonaan” edellytti, että suurin osa jutuista oli luettu kokonaan tai lähes kokonaan ja ilmoitusaineisto on käyty läpi. ”Valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia” -luokkaan riitti, kun jostakin sivun jutusta oli luettu otsikot ja vähintään pari kappaletta tekstiä. Sivun merkittiin luokkaan ”katselee vain otsikoita ja kuvia”, jos yhtään juttua ei oltu luettu paria riviä pidemmälle. Jos sivun otsikko- tai kuvaelementeistä oli huomioitu vain muutama, tulkitsin sivun luokkaan ”ei lue juuri lainkaan”. Sivukohtaisen arvioinnin jälkeen valitsin luokan, joka voisi kuvata lukemistarkkuutta koko lehden osalta.

Valinta oli yksinkertainen, jos merkinnät keskittyivät kyseessä olevan lukijan kohdalla selkeästi tiettyyn luokkaan. Mikäli vastaukset hajosivat tasaisesti esimerkiksi ”valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia” sekä ”katselee vain otsikot ja kuvat”, tulkitsin määrääväksi ensin mainitun luokan. Yhdellä lukijalla lukutapa oli sellainen, että hän sivuutti paljon aineistoa lukematta, mutta lähes yhtä monen sivun kohdalla hän katsoi kuitenkin otsikoita ja kuvia. Lisäksi hän luki jonkin verran valikoituja juttuja. Hänet tulkitsin otsikoiden ja kuvien lukijaksi. Lukijana hän oli selkeästi kiinnostuneempi lehden palveluita käsittelevistä ilmoitusaineistoista kuin journalistisesta sisällöstä.

Edellä kuvaamani tulkinnat ohjasivat tulkintoja kohti luokkaa ”valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia”, mikä antaa lukutarkkuudesta imartelevan kuvan, sillä valikoiduista jutuista suurinta osaa luettiin vain parin kappaleen verran.

En rohkene väittää kovin jyrkästi mitään, koska otos on pieni ja metodi lukemistarkkuuden arviointiin on kokonaan toinen kuin Tietoykkösen tutkimuksessa. Näin pienellä otoksella ja kokonaan toisella metodilla näyttäisi kuitenkin siltä, että lukemistarkkuus jää heikommaksi kuin levikkialueella yleisesti. Täytyy kuitenkin muistaa, että ihmisillä on taipumus liioitella lukeneisuuttaan, jos sitä heiltä kysyy. Tämän tutkimuksen tutkittavat taas selvittivät lukemistaan yksityiskohtaisesti kasvokkain, jolloin lukemistarkkuuden liioittelu lienee ollut epätodennäköisempää.

Luokat	Haastateltavat/ % (8n=)	VPT %
Kannesta kanteen	1 (13 %)	33 %
Lähes kokonaan	0 (0 %)	25 %
Valikoiden joitakin juttuja ja ilmoituksia	4 (50 %)	33 %
Katselee vain otsikot ja kuvat	3 (37 %)	3 %
Ei lue juuri lainkaan/ei osaa sanoa	0 (0 %)	2 %

Taulukko 11. Haastateltavien sijoittuminen viiteen eri lukutarkkuuteen. Vertailussa Tietoykkösen VPT 2011 -tutkimuksen tulokset.

Sydän-Hämeen Lehden lukemista ja lukutarkkuutta koskevasta osiosta siirryn kohti tutkimukseni ydintä eli teemahaastattelujen antiin.

5.3. Teemojen esittely

Esittelen lyhyesti haastatteluissa esiin nousseet teemat ennen kuin siirryn analysoimaan niitä syvemmin esimerkkien kera.

Tiedonhankinnan teema. Kaikki lukijat nostivat esiin tiedontarpeen useissa eri yhteyksissä. Tuoreet pätkäneläiset hakivat lehden kautta tietoa paikkakunnasta, sen palveluista ja ihmisistä. Lukijat halusivat hankkia tietoa paikkakunnan asioista ilman, että he yksilöivät sen enempää tiedon luonnetta kuin sen käyttöarvoakaan. Tieto tuntui olevan arvo sinänsä. Lisäksi paikallistiedon kartuttaminen toi monia käytännöllisiä tai välillisiä hyötyjä, joita käsittelen tarkemmin muissa teemoissa.

Sosiaalisten suhteiden teema. Lehden tarjoamat journalistiset ja kaupalliset sisällöt palvelivat uusia lukijoita heidän sosiaalisissa suhteissaan. Paikkakunnan asioiden tunteminen auttoi sekä rakentamaan että ylläpitämään sosiaalisia suhteita. Lehdestä ammennettiin puheenaiheita tai sieltä saatujen tietojen perusteella uudet asukkaat pystyivät ottamaan osaa ja seuraamaan käytyjä keskusteluja. Perheen ulkopuolisten lisäksi pariskunnat jutustelivat lehden sisällöstä keskenään.

Kotiutumisen teema. Kotiutuminen on prosessi, jossa vieraasta tulee tuttu ja arkinen. Oman kokemusmaailman laajetessa muuttaja alkaa liittää paikkoihin, asioihin ja ihmisiin merkityksiä, jolloin voidaan puhua kotiutumisesta sanan laajemmassa merkityksessä. Paikallislehden uutiset ja jutut auttavat ihmistä hahmottamaan ympäristöään, tapahtumia ja niihin liittyviä ihmisiä. Haastateltavien puheissa korostui kotiutumisprosessin ja lehden yhteys.

Lukukokemusten teema. Sydän-Hämeen Lehden lukemiseen liittyi tiedonhankinnan lisäksi myös viihtymisen, rentoutumisen ja tottumuksen elementtejä, jotka tulivat esiin lukijoiden kuvatessa lukutapaansa.

Hyötymisen teema. Yleisen paikallistiedon kartuttamisen lisäksi uudet lukijat etsivät lehdestä kaupallista tietoa-aineistoa, jolloin muuttajat näyttäytyvät välitöntä hyötyä hakevina kuluttajina. Haastatteluissa lukijat kuvasivat tutustumistaan paikkakunnan palveluihin ja liikkeisiin lehden juttu- ja ilmoitussisällön avulla. Ilmoituksien lisäksi hyödyllistä tietoa välittyi muun muassa yritysjuutuista.

Seuraavissa kappaleissa esittelen kutakin teemaa yksityiskohtaisesti esimerkkien ja sitaattien avulla. Kuten jo aiemmin mainitsin, useat keskustelunaiheet olisivat jaoteltavissa myös toisiin teemoihin. Vaikka olen yrittänyt piirtää teemojen rajat yksiselitteisiksi, kulkevat haastateltavien puheet polkuja, joissa erilaiset näkökulmat vaihtelevat vapaasti tutkijan kysymyksistä tai jälkikäteen luoduista teoreettisista jaotteluista piittaamatta. Niinpä olen päätenyt esittelemään sitaateissa ilmi tulleet ajatuskokonaisuudet sellaisenaan, vaikka jokin puheen osa liittyisi selvästi johonkin toiseen teoreettiseen kokonaisuuteen. En halunnut tarpeettomasti sen enempää pätäkiä kuin toistaakaan sitaatteja, joten annoin vain esimerkkipuheen vähentyä loppua kohden, jos asia oli tullut jo esille muissa yhteyksissä.

Litterointimerkintöjen selitykset

H

1-8

xxx

[]

nonverbaalinen ilmaisu, tai selvennys.

Haastattelija

Haastateltava

Tekstiä poistettu

Puheesta ei saa selvää

Hakasulkeissa poistettu nimi tai muu tunnistetieto,

Olen muokannut valittuja sitaatteja runsaasti. Pyrkimyksenä on ollut parantaa luettavuutta ja häivyttää kielestä sellaisia ominaisuuksia, jotka saattaisivat paljastaa haastateltavien henkilöllisyyden. Lähinnä olen poistanut täytesanoja, kuten niinku, sitten, no, että noin, tiäksä ja muita epäolennaisia ilmaisuja sekä tarpeetonta toistoa tai sanojen hakemista. Lisäksi olen muokannut puhekielisiä tai murteellisia ilmaisuja seuraavasti millane – millainen, sellasii – sellaisia jne.

5.3.1. Tiedontarve tekee lukijan

Haastattelujen analyysissä yksi lehden teema nousi ylitse muiden: tuoreet pälkäneläiset halusivat paikallislehdestä tietoa uuden paikkakunnan palveluista, asioista ja ihmisistä. Ennen muuttoa tietoa hankittiin pääasiassa internetistä tai tuttavilta ja sukulaisilta, jos sellaisia sattui paikkakunnalla asumaan. Heti muuton jälkeen tiedonvälitystehtävä siirtyi paikallislehdelle, ja sen roolia pidettiin tärkeänä ja keskeisenä. Moni koki, että ilman paikallislehteä heidän tietonsa paikkakunnan asioista olisivat jääneet vajavaisiksi, vaikka talouteen tulikin Aamulehti tai ilmaisjakelulehtiä.

H: Kuinka tärkeältä se tuntuu, lehti?

4: No kyllä me ainakin luetaan. Ei me pelkällä Aamulehdellä pärjätä. Ei siinä ole paikallisia asioita sillä lailla, korkeintaan että mitä on tapahtunut jotain onnettomuuksia tai jotain muuta, niin en mä ole niin kauhean innostunu niitä lehdestä kaivelemaan, mä luen mukavampia asioita siitä lehdestä.

Kaikki haastateltavat mainitsivat tiedon hankkimisen ja saamisen useissa eri yhteyksissä kysymyksestä tai teemasta riippumatta.

H: Miksi se [Sydän-Hämeen Lehti] tuntuu tärkeältä?

2: Tietysti saa tietoutta Pälkänestä.

H: Kerro miten olet lähtenyt tutustumaan paikkaan ja paikkakuntaan?

8: Päivähoitopaikka pitää järjestää, ja kirjastossa pitää käydä ja sitten on terveyspalvelut, ja tavallaan kaikki se mitä Pälkäne tuottaa, niin yhdistykset kuin yhteisötkin - ja yritykset. Ja paikallislehti tietysti on kaikkein tärkein, ehkä tässä tapauksessa myöskin siinä mielessä, että lehti on se missä sä tavallaan näet mistä keskustellaan täällä, ja mitkä asiat nousee pintaan, ja mitä pidetään tärkeänä, ja mitä täällä arvostetaan. Sehän näkyy kaikki lehdestä. Lehti on ollut meille ainakin se aina, kun mäkin olen muuttanut, niin lehti on tavallaan se tärkein mistä haetaan se tieto.

Usein vastaajat viittasivat tiedosta puhuessaan suurpiirteisesti paikkakuntaan, ympäristöön tai asioihin. Syntyi vaikutelma, että tiedon kartuttaminen oli arvo sinänsä. Toisaalta tiedon hankkimiselle löydettiin myös paljon enemmän tai vähemmän suoria syitä, joita käsittelen tarkemmin toisissa teemoissa.

Uudelle paikkakunnalle asettumiseen liittyvä erityinen tiedontarve nousee aineistosta monella tapaa. Koska Pälkäne palveluineen, tapahtumineen, ihmisineen ja ilmiöineen on vielä jossain määrin vieras, käyttävät monet haastateltavat lehden lukemisesta puhuttaessa sellaisia verbejä kuin tutustua, tuntea, tietää, hakea, löytää, opetella ja oppia. Usein puheessa tuli ilmi myös asioiden outous tai vieraus.

1: No varmaan sen kautta [päätyi tilaajaksi], että halusi oppia tuntemaan paikkaa. Kun tänne tullessa ei tiennyt yhtään mitään koko kunnasta. Kieltämättä silloin kun hain työpaikkaa, niin en edes tiennyt missä Pälkäne on.

H: Oletteko huomannut, että olisi joitakin asioita, jotka vaikuttaisivat siihen, minkä jutun sieltä [lehdestä] lukee? Vaikuttaako siihen aihe tai mikä tapahtuma on? Tai onko joku ihminen, paikka, toimittaja, jutun pituus, aiheen tai paikan tutuus, onko jotakin, mitä sieltä poimii?

4: Mä luulen, että mä luen aika lailla kaikkea mitä tuossa tuli lueteltu. Mä en näe mitään yksittäistä, että mä jollain tavalla haluan laajemmin saada sieltä eri asioita, löytää sieltä lehdestä. Mä en välttämättä sano, että mulla joku määrätty mitä mä sieltä haen, että mieluummin mahdollisimman monipuolisesti.

H: Millaisen kuvan lehti antaa Pälkäneestä teidän mielestä?

5: Mitähän tuohon nyt sanoisi. Kyllä se, onhan siinä asiaa kaikenlaista täältä semmoistakin mitä ei itse muuten saa selvillekään.

Haastateltavat jättävät usein yksilöimättä mitä tai minkälaista tietoa he haluavat tai hakevat. Kuten edellä, haastateltavat saattoivat kuvailla tiedontarvetta yleisesti. Haastateltava numero 4 lukee asioista ”mahdollisimman monipuolisesti”. Haastateltava numero 5 taas toteaa, että lehdessä vastaan tulee asioita, joista ei muuten tietäisi mitään.

H: Tuntuuko, että se on tasapainossa, että se oma mielikuva ja lehden antama mielikuva jotakuinkin menee yksi yhteen

7: Emmä tiedä, mulla ei ollut mitään kauheasti sellaisia mielikuvia tai odotuksia lehden suhteen, muuta kuin se että ehkä just vähän oppisi tuntemaan tätä paikallista, mitä täällä vähän niin kuin on. Että ei mulla ollut mitään oikeastaan ennakoasenteita siihen. En muista ainakaan että olisi ollut.

Tiedolla on paitsi itseisarvo myös selkeä välinearvo. Lukijuus tuo mukanaan tietoa alueen palveluista, ihmisistä ja tapahtumista. Muuttajaa ja uutta lukijaa kiinnostivat muun muassa uuden paikkakunnan tapahtumat ja harrastusmahdollisuudet sekä terveyspalvelut. Paitsi jutuista tietoa saatiin myös järjestöpalstalta, missä järjestöt, yhdistykset ja urheiluseurat tiedottavat ajankohtaisista asioistaan.

Tieto kuvastui henkisenä pääomana, joka saattoi realisoitua myöhemmin jossain muodossa. Juttujen tai ilmoitusten välittämä tieto tapahtumista tai palveluista saattoi muuttua myöhemmin ajankohtaiseksi ja hyödylliseksi tiedoksi. Asioiden ja lehden sisältöjen tuntemus helpotti sosiaalisten suhteiden solmimista ja ylläpitämistä tarjoamalla keskustelunaiheita. Viime mainittuja tarpeita käsittelen seuraavassa luvussa.

5.3.2. Lehti palvelee sosiaalisia suhteita

Lehden lukemisen merkitys linkittyi muuttajien sosiaalisiin suhteisiin uudella paikkakunnalla. Muuttajan suhteet muihin ihmisiin olivat vasta rakenteilla ja heillä oli tarve päästä mukaan työ- tai harrastuspaikan keskusteluihin, jolloin lukeminen tarjosi keskusteluille yhteisen kosketuspinnan. Jos vastamuuttaneella oli jo sukulaisia tai tuttavita paikkakunnalla, auttoi lehden aiheiden tuntemus suhteiden ylläpidossa. Vaikkei asiaa varsinaisesti mainittu erikseen, tuntuu luontevalta, että näissä vuorovaikutustilanteissa muuttaja sai myös lisäinformaatiota pidempään paikkakunnalla asuneilta keskustelukumppaneilta.

Sosiaaliset suhteet ja vuorovaikutustilanteet tuntuivat motivoivan paikallislehden lukemiseen, kun uudet pälkäneläiset hakivat yhteistä kosketuspintaa muihin asukkaisiin. Kontaktit saattoivat aluksi olla vähäisiä, mutta tämä vain korosti Sydän-Hämeen Lehden ja sen lukemisen roolia.

H: Kuinka tärkeältä lehti tuntuu? --

1: Kyllä se tuntuu silleen tärkeältä, että sitä haluaa lukea, että pysyy mukana ja oppii tietää mistä ihmiset puhuu ja näin. ---

4: Kyllähän puhutaan usein paikallislehdestä, noissa tuollakin [harrastuspaikka poistettu] välillä juttua tulee aina, että oletko sä katsonut siitä Sydän-Hämeen Lehdestä sitä ja sieltä sun tätä. Kyllä joissain tilaisuuksissa sitä kehutaan kyllä Sydän-Hämeen Lehteä aika lailla. Joo aina esille tulee.

H: Muistatteko miten Sydän-Hämeen Lehden lukeminen ois muuttunut siitä alusta, onko se pysynyt samanlaisena vai onko tullu jotain, lukeeko sitä eri tavalla nyt?

5: Kyllä varmaan lukee joo.

H: Millä tavalla?

5: Tarkemmin varmaan tulee luettua ja sitten jos on jotakin sellasia mistä on kuullu että ihmiset puhuu tai jotain niin sit tulee ne katottua kans. Ja tietysti kans kaikki mitä tapahtumia täällä on tulee yleensä katottua sitten.

Keskustelunaiheiden tarjoaminen ei rajoitu pelkästään kodin ulkopuolisiin suhteisiin. Lehti palveli myös kodin sisäisiä suhteita. Muutamat pariskunnat vähintäänkin kommentoivat lehdestä lukemaansa keskenään, elleivät peräti lukeneet lehteä jollain tapaa yhdessä.

H: Joo. Kuinkas tärkeältä se [Sydän-Hämeen Lehti] tuntuu?

2: No kyllä mä toiv... taikka on sillä lailla tärkeä, kyllä me aina odotetaan sitä päivää kun Sydän-Hämeen Lehti tulee, sit aina heti luetaan yhdessä. Tuntuu ihan, tärkeä lehti.

Näytenumeron saaminen johti usein tilaukseen, mutta sitä saattoi vauhdittaa kontakti muihin tilaajiin. Keskustelut naapurin tai jonkun muun tutun kanssa toivat vahvistuksen lehden asemasta paikkakunnalla. Jutun juurta saatettiin hakea esimerkiksi naapurin kanssa pelkästään jo siitä, mikä tai mitä lehtiä paikkakunnalla ilmestyy.

H: Niin niin. Miten se lehti on vaikuttanut tähän kotiutumiseen? Onks sillä ollut jotain vaikutusta?

6: On siis sillä tavalla ollu vaikutusta tietysti että heti on päässy vähän enemmän kiinni näistä Pälkäneen asioista ja [kylän nimi poistettu] asioista, sillä tavalla se on vaikuttanu, että kyllä mä sen heti kun mä ensimmäisen numeron näin, tuo naapuri vissiin muistaakseni vielä sano että se on niinku paikallislehti, silloin mä sen heti tilasinkin.

Sosiaalinen kosketuspinta saattoi syntyä kollektiivisella tasolla ilman henkilökohtaista kontaktia. Tieto siitä, että lehti tulee kaikille muillekin, saattoi osaltaan luoda painetta lehden tilaamiseen.

H: Minkälainen maine lehdellä on tai mitä siitä puhutaan, kommentoiko sitä kukaan, työkaverit tai pälkäneläiset, kommentoiko joku lehtee että minkälainen se on?

1: [Tauko] En nyt oikein tiä, miten sitä kommentoi, mutta ainakin tuntuu että monella se on tärkeä että kun on päivät millon se ilmestyy niin sitten kahvipöydässä on kiire, että kuka saa sen ensimmäisenä lukee sen. [Naurua]

H: Joo joo. No minkälainen maine sillä lehdellä on? Puhuuks ihmiset siitä jotain tai?

6: Emmä täällä hirveesti sillä tavalla tunne ihmisiä, mutta kenen kanssa tässä nyt on jutellu, niin kyllä se melkein vissiin kaikille suurin piirtein tulee.

Joskus juttu tai ilmoitus vei uudet lukijat pienelle tutustumisretkelle, missä saattoi syntyä kontakteja muihin ihmisiin. Jotkut kertoivat lähteneensä tällaiselle tutustumiskierrokselle nimenomaan lehtijutun perusteella.

H: Joo. Onks tullut semmosia jotain kiinnepisteitä tutumpia asioita jotka poimii sieltä tai?

2: No se Keltanen Talo oli oikeastaan semmonen, kun mä tiesin, että se Keltanen Talo on täällä, oltiin kuultu positiivista palautetta. Sit tuli lehteen juttu siitä Keltasen Talon pitäjistä, niin sit mentiin käymään kahvilla siellä ja tutustuttiin sit tavallaan vaan siihen minkälainen, oli semmonen mukava kokemus.

5.3.3. Lehden rooli kotiutumisessa

Kysyin haastateltavilta kuinka läheiseksi he tunsivat paikkakunnan, sen ihmiset ja miten he kokivat kotiutuneensa. Kaikki haastateltavat olivat kotiutuneet ainakin uuteen asuntoonsa ja he kertoivat pitävänsä kodistaan. Vieraista seinistä oli siis tullut paikka, jota voi kutsua kodiksi.

H: Kuinka läheiseltä se Pälkäne tuntuu, sit jos näitä asioita ajattelee tai työtä.

1: No kyllä se ihan, ei nyt erityisen tai erikoisen läheinen, mutta kyllä ihan viihtyy.

H: Osaatko sanoa, mikä saa viihtymään?

1: No se on just varmaan se luonto, että tykkää kodista ja.

H: Miltäs se tuntuu, mitenkä on kotiutunut tänne?

2: Me ollaan kotiuduttu kyllä, ihan heti tuntu kyllä omalle kodille. On ollut kyllä kiva asua.

Kaikilla haastateltavilla paikkakunnalle asettumiseen liittyi aktiivista lähiympäristöön tutustumista ja palveluiden käyttöä. Arkisten askareiden lomassa muuttajat tutustuivat vähintään lähialueisiin. Monet olivat tehneet kävely- tai autoretkiä lähimaisemissa joko ilman suunnitelmaa tai sitten jokin tutustumiskohde mielessään. Lehti myös mainittiin tutustumisretkien innoittajana. Osa haki netistä lisätietoa lehden jutun perusteella ja lähti sitten tutustumaan tiettyyn paikkaan tai ympäristöön. Voi ajatella, että näiden retkien ja kokemusten perusteella muuttajien käsitys ympäristöstä laajenee ja syvenee. Ennen kaikkea käsitys muuttuu henkilökohtaiseksi.

Haastateltavien puheessa suuri osa ympäristöön, ihmisiin ja paikkakunnan asioihin tutustumisesta tapahtui paikallislehden avulla ja välityksellä, jota omat kokemukset vain täydensivät. Tämä ilmenee jo aiemmin tiedontarpeita ja sosiaalisia suhteita käsittelevässä osuudessa, missä haastateltavat kertoivat, kuinka he ovat tutustuneet paikkakuntaan lehden välityksellä tai saaneet lehdestä aineksia sosiaalisten suhteiden rakentamiseen. Lehden rooli tuli esiin myös silloin, kun puhuttiin paikkakunnan läheisyydestä tai kotiutumisesta paikkakunnalle. Toistoa välttääkseni en palaa näihin seikkoihin enempää, vaan nostan tässä osiossa esiin uusia havaintoja.

Kun kotiutumiseen lasketaan edellä mainittujen seikkojen lisäksi ihmissuhteet, alkoivat haastateltavien kokemukset erota selvemmin toisistaan. Kaikki olivat esittäytyneet naapureilleen ja moni vaihtoi heidän kanssaan muutaman sanan tervehdysten lisäksi. Osa haastateltavista ei edes muuta kaivannut, toiset taas mainitsivat kavereiden ja ystävien puuttumisen erikseen. Parilla henkilöllä oli Pälkäneellä jo valmiiksi sukulaiskontakteja helpottamassa kotiutumista. Työ- tai harrastusmaailmassa aktiiviset olivat saaneet vähintäänkin tuttavlia.

Vastaukset kysymykseen, miten lehti on vaikuttanut Pälkäneelle kotiutumiseen, paljastavat mitä ihmiset käsittävät kotiutumisella. Moni käsitti kotiutumiseksi asioiden ja ympäristön hahmottamisen ja tunnistamisen. Osa, varsinkin naiset, liittää kotiutumiseen muut ihmiset.

H: Miten lehti on vaikuttanut sitten tähän Pälkäneelle kotiutumiseen?

1: Kyllä se silleen ihan mukavasti että kun kunta ei oo tuttu, niin sitten sitä kautta tietää mistä puhutaan ja. Ett kyllähän se ihan on valaissu paljon. Ja monesti ku siellä näkee sitten ihmisten kuvii, niin tajuu että ai tosta ne puhu sillon, ai se on toi noin ja on semmosia paikallisia tunnettuja henkilöitä siellä kuvissa.

Kuten edellä myös ihmisiin tutustuminen, edes tiedotusvälineen välityksellä, on osa kotiutumista. Joku vastaa kotiutumisen ja lehden suhteeseen vain että lehti on tärkeä ja ehdoton. Vaikka lukijat tunnistavat lehden roolin kotiutumisessa, on perehtymisessä myös omat vaikeutensa, mistä seuraava haastateltava kertoo oman kuvaavan näkemyksensä toisentyypin kysymyksen yhteydessä.

H: Mitenkä omalta tai vieraalta lehti tuntuu nyt reilun vuoden...

5: Ei se nyt ainakaan vieraalta enää tunnu, mutta tuota emmä tietysti voi sanoo, että se ihan omakaan vielä on, kyllä se varmaan vähän aikaa kestää sisäistää ne kaikki asiat sieltä ja tutustuu vielä paremmin paikkakuntaan.

H: Onko enemmän semmoisesta paikkakuntaan tutustumisesta kiinni, vai niistä lehden sisällöistä vai tavasta kirjoittaa tai...

5: Kyllä se varmaan on siitä paikkakunnan, että niin kuin tietää, kun on itse katsonut ja saanut selville, tajuaa että mitä siinä sanotaan, mistä se kertoo.

Vastaajan vierauden kokemukset kuvastavat hyvin sivullisuuden tuntemusta. Hän kyllä havainnoi lehden teksteistä asioita, mutta hänellä ei ole niihin vielä mitään suhdetta, jolloin asiat tai paikkakunta jää etäiseksi. Kun merkitykset puuttuvat, jää yhteys heikoksi. Tavallaan vastaaja kuvaa samalla kotiutumisprosessia. Koska paikkakunnan asiat eivät linkity hänen kokemusmaailmaansa, jää lehtikin vieraaksi ennen kuin lukija ymmärtää asioiden yhteydet. Vaikka lehdellä on oma

roolinsa kotiutumisessa ja vierauden hälventämisessä, jää kotiutuminen myös muiden tekijöiden kontolle.

Koska tämä työ keskittyy lehden ja lukijan orastavaan suhteeseen, en käsittele sen enempää yleisiä vierauden tunteita kuin muitakaan kotiutumisen esteitä tässä yhteydessä. Sen sijaan palaan aiheeseen osuudessa, jossa käsitellään lehden saamaa kritiikkiä. Poimin sinne huomioita konkreettisista seikoista, jotka häiritsevät uuden lukijan perehtymistä paikkakuntaan ja sen asioihin, jos niillä on yhteys lehteen. Sitä ennen kuitenkin käsittelen lehden lukemisesta koettuja hyötyjä.

5.3.4. Lehti kuluttajatiedon lähteenä

Vaikka olen aiemmassa luvussa jo käsitellyt haastateltavien tiedonhankintaa, palaan teemaan uudelleen hieman eri näkökulmasta. Tässä alaluvussa keskitytään tietojen tuomiin aineellisiin ja välittömiin hyötyihin, kun edellisissä luvuissa selostetut lukijoiden kokemat hyödyt olivat luonteeltaan pikemminkin henkisiä tai välillisiä. Aiemmin käsitelin tiedonhankintaa lähinnä arvona sinänsä tai tiedon tuomia sosiaalisia hyötyjä. Rajanveto on kuitenkin varsin häilyvää, sillä muun muassa aiemmin käsittelemäni harrastukset ovat useasti kaupallisia palveluita, samoin monet tapahtumat. Silti uskon näiden kahden teeman eriyttämisen tuovan lisävalaistusta lukijasuhteen syntyyn.

Nyt käsittelen pääasiassa lehden merkitystä kuluttajatiedon lähteenä ja haastateltavien julkituomiin konkreettisiin hyötyihin, joita he saivat lehdestä. Yhtä lukuun ottamatta haastateltavat eivät itse nimeä asioita hyödyiksi, mutta asiayhteys paljastaa, että juuri siitä on kyse.

Koska tein haastattelut vuoden 2011 eduskuntavaalien alla, ovat lehden vaalijutut ja -ilmoitukset oleellisia, vaikkei niitä äänestäjien näkökulmasta voi pitää kuluttamiseen tai kaupallisuuteen liittyvinä. Lehdille niillä tietenkin on taloudellista merkitystä.

Ilmoitusaineistojen ohessa yritys- ja muut jutut tarjoavat ajankohtaista tietoa palveluista. Ilmoituksista muuttaja saa hyödyllistä informaatiota paikkakunnan liikkeistä ja palveluista. Muuton ja uuden asunnon yhteydessä voi tarvita remontti- tai muita palveluita, joiden tyydyttäminen ei enää onnistu vanhoilla tiedoilla ja yhteyksillä.

Kaupallisten ilmoitusten lisäksi ilmoittelemalla tiedotetaan usein myös julkisista palveluista. Tietenkin kaiken tiedon löytää tarvitessaan netistä, mutta ilmoittelua seuraamalla voi kartuttaa tietovarantoaan ilman varsinaista tarvetta. Lisäksi ilmoittelu saattaa kertoa enemmän kaupan tai palvelun tarjoajan nykykunnosta kuin esimerkiksi pelkkä yhteystieto netissä. Ilmoituksista haettiin tietoa yksilöllisten mielenkiinnonaiheiden ja henkilökohtaisten tarpeiden ohjaamina. Kun joku etsi remontoijaa tai lähituotteita, kaipasi toinen venetarvikkeita.

Seuraavassa eräs tutkittava selittää lukutapaansa. Varsinaisesti hän kuvaa tarkkaa, suorastaan holistista lukutapaansa, joka koskee myös muita lehtiä. Kun hän puhuu ”paljon menettämisestä”, hän viittaa vaimonsa lukutapaan. Hänen mielestään vaimolla jää moni kiinnostava asia ja ilmoitus huomaamatta, koska hän ”vain selaa” lehdet.

3: Enkä mä harpo, kun ei mulla ole kiire siinä lukemisessa. Sekin on vähän niin kuin opettelujuttu. Se on ihan sama meneekö sulla puoli tuntia tai tunti viisitoista minuuttia, et sä menetä mitään siinä, mutta sä voit menettää paljon, jos sä et lue sitä ihan tarkkaan. Mä ajattelen sen niin.

Monet Sydän-Hämeen Lehden lukijat kokevat ilmoitusaineiston tärkeäksi osaksi lehteä, vaikkei ilmoitusten merkitystä välttämättä sanallisesti korosteta. Kauppojen tarjoukset, tai ylipäätään

kauppojen olemassaolo, oli saatettu huomata lehdestä, samoin jutut ja ilmoitukset erilaisista palveluista.

3: Missä sä asut [paikallislehti] kertoo siitä alueesta. Niitä ei ole montaa miestä, mutta mä tykkään tehdä ruokaa ja muuta, mä katoin kauppojen tarjoukset ja semmoiset, että kyllä ne mua kiinnosti silloin [edellisessä asuinpaikassa] ja nyt kiinnostaa täällä.

Lehti saattoi antaa kimmokkeen jonkun palvelun tilaamiseen, tai lukija valitsi ilmoituksen perusteella yrityksen, johon hän otti yhteyttä. Palveluita ja liikkeitä hakiessa moni viittasi lehden ja netin yhteiskäyttöön. Samaa metodia saatettiin käyttää, mikäli lehden juttu kertoi esimerkiksi lähiruuasta, mutta myyntipisteen sijainti jäi epäselväksi.

H: Missä tilanteessa tulee käytettyä nettiä kaverina siinä [lehden lukemisessa, jos ei ymmärrä paikan sijaintia]?

6: No siis sillä tavalla nettiä tulee käytettyä, ett jos jotain tuolta löytää ja sit hakee vaikka peltiseppää, tai nyt kun noita ilmalämpöpumppuja etsin, niin kyl mä netistä oon käynyt kattomassa sitten. Muistaakseni Pälkäneen kunnan sivuiltakin löytyy semmoinen, missä on yrittäjät ja sitten sen mä löysin tosta lehdestäkin.

H: Onko jotain tiettyjä aiheita, tapahtumia, ihmisiä tai paikkoja, joista on kiinnostunut enempi?

7: Kyllä, ehkä eniten mä seuraan, just näitä, mitä täällä on tapahtumia, ja mainokset tietysti, niitä voisi ehkä olla enemmänkin siellä, kun täällä ei periaatteessa näitä palveluja ole, tai sitten jos löytyy näitä pientuottajia, niin mistä tämmösiä ehkä aukioloaikoja tai jotain muuta, ett missä ne on, niin niitä mä kaipaisin kovastikin. Tietysti sitten, mitä tässä nyt on lähiympäristössä on näitä tapahtumia niin kyllä musta niistä on ihan kiva lukee.

Siinä kuin joku otti vaalimainokset iloisena vastaan valintaa helpottamaan, koki toinen vaalimainokset häiritsevinä.

7: --- mutta kun meillä on tämä paikkakunnan vaihdos, niin tämän vaaliehdokkaan löytäminen on tietysti yksi nyt semmoinen sitten. Ei ookaan enää se vanha ympäristö ja vanhat ehdokkaat. Niin sitten yrittää niistä sitten vähän kaivaa ja etsiä semmoista, mitä vois miettiä.

H: Oletteko huomannut mitkä asiat vaikuttaa jutun lukemiseen esimerkiksi?

2: Nyt ainakin kun on nämä vaalimainokset, ei millään meinaisi jaksaa aina, on hirveästi tietysti tämmöisiä, mutta kyllähän siinä paljon ajankohtaisia on. Mua ainakin kiinnostaa kaikki harrastuspuolet ja semmoiset näin, niin tulee niitä luettua.

5.3.5. Lukukokemukset

Tavat ja tottumukset leimasivat vahvasti lukijuutta. Kaikki lukijat olivat tottuneet lukemaan sekä alueen maakuntalehteä että kulloisenkin asuinpaikkakunnan paikallislehteä. Myös kaupunki- ja ilmaisjakelulehtiä luettiin vähintään satunnaisesti. Paikallislehden tilaamista pidettiin itsestäänselvyyttenä, jota ei kyseenalaistettu. Tosin yksi haastateltava piti paikallislehteä suhteellisen kalliina, mutta toisaalta sekään ei estänyt häntä tilaamasta lehteä.

Tilauspäättös ei sisältänyt harkintaa tai perusteellista tutustumista lehteen ja sen sisältöön. Joku oli ehkä saanut näytenumeron Sydän-Hämeen Lehestä ennen tilausta, mutta lehteen tutustumiseen ei tuntunut liittyvän mitään arviointia esimerkiksi lehden sisällöstä tai toimituslinjasta. Tilaus aloitettiin pian muuton jälkeen, kun oli saatu selville paikallislehden nimi.

H: Ettekö ollut Sydän-Hämeen Lehteä lukenut ollenkaan ennen tilaamista?

7: Ei, ei. Et kyllä me ihan vaan otettiin, koska se on tämä paikallinen.

H: Oliko ihan tarkoitus, että kun jonnekin muuttaa, niin sitten tilataan paikallislehti?

7: Niin varmaan se näin on, koska kuitenkin meille on aina niitä lehtiä ollut ja tullut.

H: Minkälaista se on sitten ruveta ihan uutta lehteä lukemaan, jos on siellä [paikkakunta poistettu] lukenut pitkään tiettyä lehteä. Minkälaista se uuteen lehteen tutustuminen on ollut?

4: En mä tiedä yhtään, helppoahan se on tietysti, kun silloin se toinen jää sinne ja ruvetaan uutta kattoo, että miten täällä eletään ja kerrotaan asioista.

Kuten edelliset sitaatit kertovat, lehti otettiin annettuna. Entisestä lehdestä luovutaan, eikä sen perään haikailla, koska nyt asutaan uudessa paikassa ja siellä ilmestyy toinen lehti. Koska asuinpaikkakunnan lehtiä on aina tilattu, tilataan nytkin. Joku kuvasi lukijuutta suorastaan velvollisuutena. Seuraavan haastateltavan puheissa tämä velvollisuus näyttäytyy sanavalinnoissa. Hänestä tuntuu, että lehti täytyy selata läpi, vaikkei niin tarkkaan lukisikaan. Ilmaisuu korostaa velvollisuutta enemmän kuin lukijan henkilökohtaista tarvetta asioiden seuraamiseen.

H: Aikasemmin mä kysyin Pälkäneen läheisyyttä, niin nyt mä kysyn kuinka omalta tai vieraalta lehti, siis nimenomaan Sydän-Hämeen Lehti tuntuu?

1: Kyllähän sitä ny kun on lueskellut tässä reilu puol vuotta, niin ihan tuntuu että se täytyy joka viikko, vaikken hirveen tarkasti lukiskaan, mutta vaikka selata läpi ne aiheet, että mistä nyt kirjoitetaan ja näin.

Haastateltavat pitivät itsestään selvänä, että kotikunnan muuttuessa myös paikallislehti muuttuu. Jotkut saattoivat seurata vielä hetken aikaa edellisen paikkakunnan asioita nettilehdestä, mutta kiinnostus hiipui nopeasti muutamassa viikossa. Vaikka edellisellä paikkakunnalla oli vierähtänyt jopa vuosikymmeniä, ei vanhaa lehteä jääty haikailemaan. Sen sijaan suhdetta henkisen tai alkuperäisen kotiseudun lehteen saatettiin ylläpitää sukulaisreissuilla tai netin välityksessä pitkäänkin. Toisaalta muun muassa seuraavan sitaatin haastateltava kertoi, ettei kaipaakaan muiden asuinpaikkakuntien paikallislehtiä, ja tuskin kaipaaisi tätäkään, jos muuttaa uudelle paikkakunnalle.

H: Joo. Entäs sitten verrattuna johonkin oman paikkakunnan, siis tällaisen aikaisemman oman paikkakunnan lehteen, että onko siellä joku lehti, joka on sulle läheinen tai tuttu, hirveen tuttu tai?

1: Ei oikeastaan muuta kun missä nyt on syntynyt, niin siellä paikallislehteä sillen luin ja luen ainakin kun kotona käyn aina edelleenkin sitä paikallislehteä. Se on kans aika saman kokoinen kun Sydän-Hämeen Lehtikin, ja on just niistä oman kylän asioista.

Sydän-Hämeen Lehden lukukokemukseen kuului tottumuksen ja velvollisuuden lisäksi piirteitä viihtymisestä ja rentoutumisesta. Lukeminen tai asioihin perehtyminen koettiin miellyttäväksi, ja itse lukuhetkestä saatettiin rakentaa rauhallinen ja rentouttavat tuokio sohvalla tai muuten omassa rauhassa.

3: Mä teen seit.. kello kahdeksasta kello kuuteentoista töitä ja sen jälkeen kaikki muu on mun vapaa-aikaa. Kukaan ei oo ohjelmoinu siihen yhtään mitään.

H: Joo. Onks se rentouttavaa mennä tolleen [lukea lehti järjestyksessä kokonaan]?

3: On, erittäin rentouttavaa. Mä pidän siitä suunnattomasti.

H: Tost lukemisest, niin millon sä yleensä luet tai selaillet sitä Sydän-Hämeen Lehteä?

8: Luen sohvalla, järvimaisema, punaviiniä.

H: Niin että yhdistää sen johonkin itelle tuttuun. Joo, mitenkä tärkeeltä se lehti tuntuu?

5: Kyllä se ihan tärkeä on että kylläpä niitä päiviä kun se pari kertaa viikossa ilmestyy, niin ihan sillai oottaakii että saa lukea.

H: Onko se ihan viihtymisen kannalta vai tiedonhalu vai mikä siihen vaikuttaa?

5: No sekä että.

H: Kuinkas omalta tai vieraalta se lehti tuntuu?

7: Kyllä se mun mielestä on jo ihan oma lehti. [tirskahtaa]

H: Joo. Minkäs takia sen voi ajatella omaksi lehdeksi näin nopeasti?

7: Silleen, että kun se maanantaina tulee, niin monesti jo miettii että tänään tulee se Sydän-Hämeen Lehti. Musta se on ehkä semmoinen ensimmäinen merkki, että alkaa niin kuin miettimään tai odottamaan.

Vaikka tavat ja tottumukset puoltavat lukemista ja lukijat rentoutuvat lukemisen parissa, voi uuden lukijan lukukokemukseen varsinkin alussa kuulua vierauden tunteita. Lukeminen voi kuvautua suorastaan työläänä, kun lukija opettelee paikkakunnan asioita ja totuttelee uuteen lehteensä.

H: Mites omalta tai vieraalta se lehti tuntuu? Te ootte nyt kerennyt sitä...

2: Kyllä se tietysti vielä tuntuu vähän sillai vieraalta. Aamulehti on ollut se meidän pääasiallinen lehti, et tavallaan... et, et vähän se on ollut opettelua vielä, että löytää ne Pälkäneen asiat sieltä [naurahtaa].

Kuten edellinen lukija huomannut, on hänen suhteensa lehteen muuttunut, kun hän suorastaan odottaa lehden ilmestymistä sen vieraudesta huolimatta. (Pälkäneen asioiden löytämisen opettelu liittyy siihen, että lehdessä on myös Kangasalan asioita.) Tällaiset tuntemukset vieraudesta kuulunevat uuden lukijan lukukokemuksiin yleisesti. Näitä ja muita aiheita käsittelen perusteellisemmin seuraavassa luvussa, jossa listaan uusien lukijoiden antamaa palautetta ja parannusehdotuksia.

5.4. Uusien lukijoiden antama palaute ja ehdotukset lehden parantamiseksi

Uusien lukijoiden suhdetta lehteen voisi kuvailla mutkattomaksi. Lehden tilaamista ei kyseenalaistettu, ei myöskään lehden sisältöä. Keskusteluissa ilmeni, että Sydän-Hämeen Lehden ilmestymistä odotettiin, lehti vastasi pääosin lukijan tarpeisiin ja sisältöön oltiin tyytyväisiä. Lehden fyysistä kokoa (eurotabloid) pidettiin sopivana ja lehti näyttäytyi haastatteluissa helppolukuisena.

Uudet lukijat kehuivat sellaisia juttuja, joiden aiheet vastasivat heidän omia mielenkiinnonkohteitaan. Kun toinen viehättyi erityisesti historiaa käsittelevistä tarinoista, iloitsi toinen yritysjutuista tai tapahtumakuvauksista. Pari haastateltavaa mainitsi lehden kuvat erikseen. Kasvokuvat tekijöistä ja toimijoista laajensi lukijoiden käsitystä paikkakunnasta ja sen ihmisistä. Myös otsikoiden informatiivisuus sai muutaman maininnan. Seuraavan sitaatin loppu kertoo yhden ihmisen suulla oleellisen, vaikka arvioon sisältyy myös pieni moite entisen paikallislehden suuntaan.

4: --- muistan entisessä paikallislehdessä ruvettiin jostain kissanristiäisistä puhumaan, että se meni, sitten kauheat kuvat ja täytettiin sivut sillä. Mutta Sydän-Hämeen Lehteen ei semmoista tapahtunut, mun mielestä, että siinä on kuitenkin asialinjalla pysytty ja kumminkin kerrotaan paikallisista ja ympäristön asioista ihan hyvin.

Muutama mainitsi lehden jakaman kalenterin erityisen mieluksena lukijalahjana. Sen sisältämät kartat ja tiedot palveluista koettiin hyödyllisiksi muun muassa vieraita paikkoja paikallistaessa ja palveluita etsiessä. Siinä samassa kun lehteä moitittiin jostain, se sai vastaavasti kehuja ja päinvastoin, kuten seuraavassa.

H: Minkälaiset seikat sitten helpottaisivat lukemista?

2: Varmaan just että siinä olisi se osoite varmaan missä se tapahtuma on. Mikkolan Navetta ei sano mulle yhtään mitään, että missä se on. Se osoite helpottaisi, voisi vaikka netistä katsoa tai karttakirjasta tai Sydän-Hämeen allakasta, kun siinä oli hyvä allakka, mikä saatiin, siinä on hyvä kartta.

Suurin osa kritiikistä liittyi juuri uuden asukkaan kokemiin hankaluuksiin lehden sisältöjen tai jutuissa kuvattujen paikkojen sijainnin ymmärtämiseen, kuten jo edellisestä ilmeni. Valtaosa lehteen kohdistuvasta kritiikistä ilmeni eri asiayhteyksissä ennen suoria kysymyksiä. Kritiikkiä ei välttämättä esitetty kysyttäessä, mutta harminaiheet tulivat esille esimerkiksi sivulauseissa. Seikkoihin palattiin uudestaan parannusehdotuksien ja kritiikin yhteydessä.

Suurin osa suorasta ja epäsuorasta kritiikistä kohdistui lehden puutteisiin lukijan opastamisessa. Lukemista ja asioiden hahmottamista hankaloitti paikkakunnan vieraus, mitä lehden käsittelytavat vielä korostivat. Lukijat eivät pystyneet nopeasti erottamaan kumpaa paikkakuntaa, Pälkänettä vai Kangasalaa, juttu käsittelee, koska käsitteleviä juttuja ei oltu rakenteellisesti eroteltu eri sivuille,

eikä sijaintia avattu lukijalle paikkakuntatunnisteella. Seikka ei välttämättä selvinnyt otsikosta tai jutun alusta, mikä häiritsi monia. Jos jutussa mainittiin vain kylännimi, lukija ei välttämättä pystynyt hahmottamaan paikan sijaintia edes oikeaan kuntaan, vaikka olisi lukenut jutun kokonaisuudessaan. Joita kuita tämä ärsytti paljonkin. Pälkäneen ja Kangasalan asioiden erottaminen oli ykköskritiikin kohde, mutta myös eri kylien maantieteellisen sijainnin hahmottaminen hankaloitti lukemista.

Jotkut ilmaisivat harmiaan tai turhautumistaan uutisiin, joita he eivät ymmärtäneet, vaikka olisivat lukeneet koko jutun. Esimerkiksi nousi tekopohjavesiyhtiö Tavase. Yhtiötä koskeneet uutiset eivät välttämättä avautuneet lukijoille, koska tapahtumaketju oli pitkäkestoinen, monimutkainen ja eri toimijoilta tuli ristiriitaista tietoa. Ilmeisesti taustoittaminen, lyhyt kertaus tai faktalaatikko olisi voinut auttaa asiaa.

Silti uudet lukijat ottivat lehden annettuna. Usea vastaaja katsoi, että vika oli heissä, jos he eivät päässeet kiinni jutun asioihin. Lukijat pitivät omaa tulokkuuttaan syyllisenä siihen, etteivät he päässeet kiinni asioihin tai paikkoihin. He saattoivat nähdä paljonkin vaivaa hankkiakseen lisätietoa ja ymmärrystä siihen, mistä juttu kertoo tai minne päin kuntia jutussa mainitut paikat sijoittuvat. Vaikka lukijat saattoivat ärtyä ylimääräisestä vaivasta, he eivät syyttäneet toimitusta siitä, ettei lehti sido juttua asiayhteyksiinsä tai valaise kylän tai perukan tarkempaa sijaintia kahden laajan kunnan kentässä,

H: Miten sitten löytää tällaiset paikat, tai tietää mistä paikasta puhutaan?

6: Se onkin, mä olen tilannut noita karttoja ja ostanut Pälkäneen kartan. Sitten pitää aina katsoa, että mikä helkkarin paikka tuo on.

Kun kyse oli kylän- tai paikannimestä, omatoiminen tiedon täydentäminen onnistui kartoista, joita edellinen haastateltava piti kädenulottuvilla lehteä lukiessaan. Jos asia kiinnosti, lisätietoa haettiin netistä. Jos asia ei kiinnostanut riittävästi, hämmennys ohitettiin olankohautuksella tai ärtymyksellä. Vielä kylännimiä enemmän harmia ja hämmennystä aiheuttivat vakiintuneet talojen, paikkojen tai tilojen nimitykset. Niiden selvittäminen ei onnistunut aina edes verkosta. Osoitetiedon puuttuminen tapahtumapaikkojen yhteydestä harmitti erityisesti naisia, jotka olivat kiinnostuneet osallistumaan kulttuuri- ja muihin tapahtumiin. Osa arveli, että paikalliset tuntevat ja tietävät kaikki lehdessä mainitut paikat toisin kuin he. Osoitetietojen uskottiin helpottavan myös kesäasukkaita, minkä vuoksi lehti voisi ilmoittaa tapahtumapaikkojen osoitteet.

H: Miten se lehti on vaikuttanut Pälkäneelle kotiutumiseen?

7: --- Että kun sitte niissä ei monesti ole sitä osoitetta, että missä tällainen Rönkin lavakin esimerkiksi on, että niitä on paljon varmaan muitakin tällaisia vastaavia ennen kun sitten, sit pitää yleensä lähteä selvittämään jostain netistä tai jostain missä tää, kun ne vois ehkä olla siinä samassa, [naurahtaa] että missä tällainen Mikkolan Navetta. Tai joku hiihtoladustakin sanottiin että se menee tuolla Aholassa, Ahola ja sieltä kääntyy, niin ei sanonut yhtään, kyllä varmaan se Ahola jossain on, [naurahtaa] mutta näille paikallisille ihmisillehän se on tosi semmosta tuttua ja silleen kaikki nää tällaiset. Et ehkä siinä tässä opetteluvaiheessa ja varmaan kesäasukkaitakin ajatellen, voisi olla ihan täsmennettäisiin niitä vaikka ne on paikallisille takaraivossa ne asiat, mutta.

Paitsi Pälkäneen ja Kangasalan asioiden erottamisen hankaluus, joitakin haastateltuja häiritsi myös Kangasalaa koskevien juttujen osuus sisällöstä. Varsinkin silloin, kun keskustelimme lehden pälkäneläisyydestä Kangasalan osuus tai eri kuntien asioiden erottaminen toisistaan nousi esiin. Toiset taas katsoivat, että Kangasalaa käsittelevät jutut ovat positiivinen lisä lehden sisältöihin tai palvelutiedon täydentäjiksi.

H: --- Kuinka pälkäneläiseltä lehti tuntuu?

2: Kyllä se niinkun pälkäneen lehti on, mut sais olla mun mielestä vielä enemmän.

H: Tuleeks se Kangasalan kautta?

2: Joo. Ihan hyvä et on Kangasalastakin, kun ohihan me kuljetaan. Ihan kiva että siinä on Kangasalankin asioita, mut vielä vois olla enemmänkin Pälkäneen asioita.

Joku arveli, etteivät pelkät Pälkäneen asiat riittäisi täyttämään lehteä ja hyväksyi molempien kuntien uutisoinnin sen vuoksi. Joku kaipasi enemmän ilmoituksia Kangasalta, kun kerran naapurikunnasta on juttujakin. Muutama vastaaja ilmaisi kritiikin toivomalla, että lehdessä voisi olla vielä enemmän Pälkäneen asioita tai se saisi olla vielä enemmän pälkäneläinen. Se, miten pälkäneläisyyttä voisi lisätä, ei tiedustelemalla selvinnyt.

Puutteet lehden rakenteessa tai ainakin puuttuvat osasto- ja muut tunnistet mainittiin myös parannusehdotuksissa. Yksi lukija kertoi, ettei hän ole vuoden aikana oppinut tietämään lehden rakenteesta muuta kuin pääkirjoituksen ja mainosten sijainnin, vaikka toki lehdessä uutisetkin olivat vakiopaikalla. Toista lukijaa häiritsi samantyyppisten aiheiden ripottelu sinne tänne.

Pieni osa ehdotti osastojakoa helpottamaan tietyn tyyppisten juttujen löytämistä. Lukijat ehdottivat muun muassa samantyyppisten asioiden erottamista omille sivuilleen. Yksi epäili hetken mietittyään, ettei osastojako toimisi ja pienestä lehdestä jutut löytää muutenkin. Eräs haastateltava esitti paljon kritiikkiä, joka kohdistui osittain myös paikkakuntaan. Erityisesti hän kaipasi toisenlaisia käsittelytapoja sekä teksteihin että kuviin. Lehden tilaa kuvasi hänen mielestään viihteellisuuden puute.

8: --- Mulla tulee väliin sellainen olo, että voiko täällä olla näin helvetin tylsää tässä kylässä!

8: Mä just yritän sanoo, että minkä kuvan. Sit kun sää katot tätäkin kuvaa... Apua! Toivottavasti mä en ikinä...

H: Tässä on ryhmäkuva, siinä on vähän ehkä vanhemman näköisiä ihmisiä, hirsiseinä näkyy taustalla.

8: Joo joo. Mulla tulee ensimmäisenä mieleen ”yhteishenkeä Kaivannon puolesta”, apua, toivottavasti mä en joudu ikinä tuummoiseen paikkaan. ”Seurakunta ei tyydy Tavase-korvauksiin”. Täältä puuttuu tavallaan kokonaan se viihteellisyys, että siellä olisi jotain tavallaan... Jos sä katsot esimerkiksi [erään paikallislehden nimi poistettu]. Täällä on asiaa, täällä on asiaa, tämä on huonompi lehti, siis periaatteessa huonompi lehti kuin tämä [Sydän-Hämeen Lehti].

H: Ai minkä takia?

8: Tämä [SHL] on tietyllä tavalla asiapitoisempi, jotenkin. --- Täällä on pelkästään vaan tylsää boring asiaa vaan pelkästään, ehkä täältä puuttuu semmonien blokki, joka käsittelisi vähän sellasta... tiedätkö, miten mä nyt, ei höhhöökään, ei semmosta hempukkahöhhö, vaan siel olis vaik jotain ihmisii ja inhimillisyyteen ja ihmisyyteen liittyvii asioita ja. Mä en osaa selittää sitä.

8: Tämä antaa kuvan, täällä on helvetin tylsää Pälkäneellä.

H: Eli lehti antaa semmosen kuvan että Pälkäneellä on tylsää.

8: Se on totta. Se on totta. [Naurua]

H: Eli periaatteessa [Naurua] Se on, voiko ajatella näin että se lehden antama kuva on ihan totta

8: Se on totta. On, on, on...

Sama haastateltava kaipasi sitä, että lehti ottaisi kantaa oikeisiin asioihin, sisäisiin ristiriitoihin, eikä vain jäisi ”paikalleen jauhamaan”. Hänestä politiikka on ”raskasta (puolue)politikointia”. Lehdessä on liikaa kunnallispolitiikkaa, ”jaanaamista” teistä ja muista ei-kiinnostavista asioista. Hän kaipasi inhimillisiä käsittelytapoja ihmisyyteen liittyvistä asioista sekä esimerkiksi kevyitä teemoja puutarhanhoidosta tai esimerkiksi silmälasien hankinnasta. Hän epäili, että lehti on tehty eläkeläisille, eikä siinä ole mitään luettavaa nuorille.

Mitä tulee ihmisten toiveisiin, toivelistaa hallitsivat odotetusti ihmisten omat kiinnostuksen kohteet ja harrastukset. Yrittäjä halusi lisää juttuja yrittäjistä, ja käsityönharrastaja käsitoista. Ylipäättään ihmisiä tuntui kiinnostavan toinen ihminen. Mitä enemmän lukija pystyi samaistumaan jutun henkilöihin, sitä kiinnostavampana he pitivät juttua.

Yhtä paljon kuin uusissa lukijoissa oli vaalijuttuihin ja -ilmoituksiin kyllästyneitä, niin yhtä paljon oli heitä, jotka kokivat tarvitsevänsä tietoa ja ilmoituksia äänestyspäätöksensä tueksi. Yksi lukija

kaipasi selkeyttä kunta- ja lautakuntauutisiin. Asiat kyllä käsitellään lehdessä hyvinkin yksityiskohtaisesti päätöksentekoprosesseja seuraten, mutta tämä lukija kaipasi pitkien selostusten sijaan silmäiltävyyttä ja selkeää listaa tehdyistä päätöksistä.

5.5. Kontaktien, paikkakunnan ja lehden kietoutuminen toisiinsa

Analyysissa on nyt käsitelty haastatteluista havaitut teemat tiedonhankinnasta, sosiaalisista suhteista, kotiutumisesta, lukukokemuksista ja koetuista hyödyistä lukijoiden palautteeseen. Kvalitatiiviseen analyysiin kuuluu olennaisesti tietojen yhdistely. Ilman näiden eri teemojen ja ilmiöiden liittämistä toisiinsa analyysi jäisi puolitiehen. Materiaalia lukiessa syntyi tuntuma, että monet seikat kietoutuvat jotenkin toisiinsa, mutta asioiden hahmottaminen tieteellisesti pätevästi toisiinsa tuntui ylivoimaiselta. Myös havaintojen mitallistaminen eri yhteyksissä ja eri sanoin tuotetusta puheesta tuntui mahdottomalta. Lähdin kuitenkin seuraamaan intuitiota, jonka mukaan ihmisten sosiaaliset suhteet vaikuttivat heidän suhteeseensa sekä paikkakuntaan että Sydän-Hämeen Lehteen.

Loin yksinkertaisen taulukon (Taulukko 12) kuvaamaan ihmisten suhdetta paikkakuntaan, ihmisiin ja lehteen. Kiintopisteeksi valitsin sen, miten he kuvaavat lehden lukemisen muuttuneen sinä aikana, kun he ovat asuneet paikkakunnalla. Jaottelin näiden neljän muuttujan luonnetta kolmijaolla, etäinen (-), neutraali (0) ja läheinen (+). Plussan ja miinuksen käyttäminen ei ole paras mahdollinen kuvaaja, koska ne mieltäytyvät helposti positiiviseksi ja negatiiviseksi, vaikka tässä kysymys on siitä, kuin läheiseksi tai etäiseksi haastateltavat mieltävät suhteensa edellä mainittuihin seikkoihin. Muutoksen kohdalla merkit kuvaavat muutoksen suuntaa. Pysin tällä mallinnuksella löytämään lehden ja lukijan suhdetta edesauttavia syitä.

Haastatellut (n=8)	Pätkäne	Vuorovaikutus	SHL	Lukemisen muutos
1	0	0	0	-
2	0	-	-	-
3	+	+	+	0
4	+	+	+	0
5	+	+	0	+
6	+	0	0	0
7	-	-	+	0
8	-	-	-	-

Taulukko 12. Lukijan kokema läheisyys suhteessa paikkakuntaan, ihmisten väliseen vuorovaikutukseen, lehteen ja lukemisen muutos.

Kysyin teemahaastattelussa tutkittavilta muun muassa kotiutumisesta, ja kuinka läheiseksi he kokevat Pätkäneen, ovatko he tutustuneet naapureihin tai muihin ihmisiin, ja onko lehden lukeminen jotenkin muuttunut paikkakunnalla asumisen myötä. Vastaukset näihin kysymyksiin vaihtelivat runsaasti. Vastauksena samaan kysymykseen joku puhui kodista tai suhteesta luontoon, toinen suhteestaan tai niiden puutteesta muihin ihmisiin. Koostin vastaukset ennemminkin käsitellyn aiheen mukaan kuin kysymysten mukaan, ja sovelsin kolmijakoa kuhunkin aihealueeseen.

Määrittelin suhteen Pälkäneeseen positiiviseksi, mikäli vastaaja kuvaili suhdettaan paikkakuntaan myönteiseen sävyyn, eikä esittänyt olennaisia varauksia. Olennaisiksi varauksiksi katsoin moitteet, jotka koskivat paikkakunnan ihmisiä tai henkistä ilmapiiriä, palveluita tai kodin ulkopuolista ympäristöä, jolloin merkitsin suhteen etäiseksi. Luokittelin suhteen paikkakuntaan neutraaliksi, jos vastaaja ei kuvannut suhdettaan paikkakuntaan sen enempää läheiseksi kuin etäiseksiäkään. Tällöin kantaa voisi kutsua odottavaksi tai varaukselliseksi joiltain osin, jolloin merkitsin suhteen nollalla.

Vastaajien kuvatessa sosiaalisia suhteitaan annoin kokonaisaineiston puhua. Jos heillä oli yksikin henkilökohtainen kontakti paikkakunnalla kodin ulkopuolella, tulkitsin sosiaaliset suhteet läheiseksi. Oikeastaan tämä muuttuja kuvaa nimenomaan ihmisten välistä vuorovaikutusta, vaikka käytän siitä nimitystä sosiaaliset suhteet. Tulkitsin vuorovaikutuksen vahvaksi, jos haastateltavalla oli vuorovaikutusta yhdenkin paikkakuntalaisen ihmisen kanssa kodin ulkopuolella tai hän tapasi harrastuksissaan muita ihmisiä, joiden kanssa tapahtuvan vuorovaikutuksen hän koki mainitsemisen arvoiseksi. Sen sijaan työssä tapahtuvaa vuorovaikutusta tai pelkästään naapurien tervehtimiseen rajoittuvaa sosiaalista elämään en katsonut läheiseksi vuorovaikutukseksi tai sosiaalisiksi suhteiksi. Sen, olivatko suhteet sitten neutraaleja vai etäisiä, ratkaisi tutkittavan puhe. Jos hän koki, ettei ole ystävystynyt kenenkään kanssa tai ei ollut kiinnostunut tutustumaan tapaamiinsa ihmisiin, vaaka kallistui etäisten sosiaalisten suhteiden puolelle.

Kun etäisyyttä tai läheisyyttä mitattiin suhteessa lehteen, tulkitsin suhteen etäiseksi, mikäli tutkittava kuvasi enemmän vierauden tunteita kuin tuttuuden tai läheisyyden tunteita lehteä kohtaan. Suhde lehteen oli kuitenkin läheinen, jos haastateltavan sen kuvasi sellaiseksi. Tulkitsin suhteen neutraaliksi, jos en löytänyt selkeitä vihjeitä suhteen läheisyydestä tai etäisyydestä. Näin kävi silloin, jos lukija korosti puheessaan tiedonvälityksen merkitystä. Katsoin pelkän tiedonvälitykseen perustuvan lukijuuden neutraaliksi. Jotkut tilaajat kuvasivat lehteä omaksi, mutta lähinnä siitä syystä, että lehti kertoo alueesta, minkä katsoin myös varsin neutraaliksi suhteeksi aviisiin.

Nojauduin täysin lukijan itsensä kokemukseen, kun hän kuvasi lukemisen muutosta vastauksena kysymykseen: ”Miten lehden lukeminen on muuttunut?” Jos hän sanoi lukemisen vähentyneen, merkitsin tuloksen miinuksella, jos taas lisääntyneen tai tarkentuneen, valitsin plussan. Jos lukeminen ei ollut muuttunut tai se oli muuttunut valikoivammaksi, mutta jotenkin perusteellisemmaksi, merkitsin muutoksen neutraaliksi.

Pääosin lehti koettiin jollain tavalla läheiseksi valitsemallani mittarilla. Läheisyyden käsitteen määrittelivät vastaajat itse. Tässä yhteydessä on hyvä muistaa, että tutkittava saattoi pitää lehteä tärkeänä, vaikka kokikin lehden tai sen käsittelemät asiat vieraiksi tai ei-läheisiksi. Lukijat, joilla oli neutraali suhde lehteen, korostivat lehden merkitystä tiedonvälittäjänä tai velvollisuutta seurata paikkakunnan asioita.

Sama periaate pätee suhteessa paikkakuntaan. Kaikki viihtyivät kotonaan ja kodin ympäristössä, mutta merkitsin suhteen etäiseksi, mikäli heillä oli vahvoja varauksia suhteessa paikkakuntaan. Läheiseksi koettu suhde paikkakuntaan saattoi olla nuoruuden tai kesäasumisen peruja, vaikkei tutkittava ollut koskaan varsinaisesti asunut paikkakunnalla. Kun lukijalla oli läheiseksi koettu suhde paikkakuntaan, hänellä oli myös vapaaehtoisia, aktiivisia vuorovaikutussuhteita paikkakuntalaisiin joko harrastusten tai sukulaissuhteiden kautta. Tällöin myös lehden lukutapa säilyy ennallaan tai jopa syvenee, kun taas vuorovaikutussuhteiden vähäisyys tai paikkakunnan henkinen etäisyys näyttäisi korreloivan lukemisen vähenemiseen. Pelkästään työ tai työn kautta syntyneet vuorovaikutussuhteet eivät tuntuneet sitouttavan ihmistä sen enempää lehteen kuin paikkakuntaankaan.

Nämä ovat voimakkaita yleistyksiä näin pienellä otoksella, mutta myös keskusteluiden perusteella syntyi käsitys, että ihmiset olivat sitoutuneempia tutkimaan lehden sisältöä, mikäli he tarvitsivat sisältöjä sosiaalisissa suhteissaan.

6. POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkimuksessa Sydän-Hämeen Lehden uusien lukijoiden joukko oli kahdeksan hengen otos ensimmäistä kertaa Pälkäneelle muuttaneista uusista Sydän-Hämeen Lehden lukijoista.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten näiden uusien pälkäneläisten lukijasuhde Sydän-Hämeen Lehteen syntyy. Apuna käytin kysymyksiä, miksi uudet pälkäneläiset tilaavat ja lukevat Sydän-Hämeen Lehteä sekä miten haastateltavat kokevat Sydän-Hämeen Lehden lukemisen ja miten he lehteä lukevat. Selvitin myös miten haastateltavat parantaisivat Sydän-Hämeen Lehteä.

6.1. Miten lukijasuhde syntyy?

Uusiksi lukijoiksi valikoitui suhteellisen paljon eläkeläisiä. Suurin osa eli parisuhteessa ja asui omistamassaan omakotitalossa. Vain yhdellä haastateltavalla oli vielä pieniä lapsia. Valtaosan elämänvaihetta voi kuvata vakiintuneeksi ja keski-ikäiseksi. Otos olisi ollut varmasti koostumukseltaan toisenlainen, jos olisin tutkinut tuoreita pälkäneläisiä, jotka eivät tilaa paikallislehteä.

Karkeasti arvioiden haastateltavien mediankäyttötottumukset noudattavat suomalaisten keskimääräisiä tottumuksia. Haastattelujen ja lomakekyselyiden perusteella syntyi käsitys, että tutkittavien keskuudessa sanomalehtiä luettiin pidempään kuin KMT 2012:ssa mainittu 31 minuuttia, vaikka tässä tutkimuksessa mittaustarkkuus oli väljätkö (15–59 minuuttia). Aikakauslehtiä haastateltavat lukivat vähemmän kuin suomalaiset keskimäärin, tämä koski erityisesti lehtien lukumäärää. Suomalaiset lukevat keskimäärin kahdeksaa aikakauslehteä, kun tutkittavat mainitsivat lukevansa 2–4 aikakauslehteä. Sähköisiä välineitä haastateltavat käyttivät vähemmän kuin keskimäärin, mikä koski erityisesti netin käyttöä. Tämä voi johtua siitä, että tutkittavien ikä painottui lähelle eläkeikää.

Sydän-Hämeen Lehden uusien lukijoiden tilauskäyttäytyminen vastaa jossain määrin Muuttajat sanomalehtien käyttäjinä -tutkimuksen tuloksia. Tilaus alkaa viimeistään pari kuukautta muuton jälkeen, eikä entistä lehteä tilata enää uudelle paikkakunnalle. Tämän tutkimuksen uudet tilaajat olivat yhtä lukuun ottamatta yli 40-vuotiaita. Muuttajia koskevassa tutkimuksessa juuri tämä ikäryhmä oli muuton jälkeen ahkerin tilaajaryhmä. Heistä 65 prosenttia tilasi lehden puolen vuoden kuluessa muutosta ja peräti 24 prosenttia jo ennen muuttoa (Romppainen, 1998, 24.) Reilussa viidessätoista vuodessa jokin lienee muuttunut ajattelutavassa, sillä tässä tutkimuksessa kukaan ei tilannut uuden alueen lehteä ennen muuttoa.

6.1.1. Miksi Sydän-Hämeen Lehteä luetaan?

Kaikki haastateltavat olivat sitoutuneita sanomalehtien tilaamiseen ja lukemiseen. Talouksiin oli tilattu maakuntalehti ja paikallislehti myös aiemmin, eivätkä lukijat kyseenalaistaneet tapaa uudellakaan paikkakunnalla. Myös se, että Sydän-Hämeen Lehti tilattiin ennalta lehteen tutustumatta, kertoo vankasta tottumuksesta ja luottamuksesta paikallislehtiin.

Tapaan ja tottumuksen liittyivät myös viihtymisen elementit. Lukijasuhde suorastaan kukoisti niissä hetkissä, jotka syntyvät työpäivän ja aterian jälkeiseen rentoutumisen tarpeeseen, tai kun postilaatikon kolahdus muodostaa eläkeläisen päiväjärjestykseen odotetun kohokohdan, jota päiväkahvi täydentää. Myös nuorimmat ja kriittisimmät lukijat rakensivat lukutuokiostaan rentouttavan, vaikka he kaipasivatkin toisenlaisia juttuaihteita tai viihteellisempiä käsittelytapoja.

Edellä kerrotusta voi vetää sen johtopäätöksen, että tottumus vaikuttaa lukijasuhteen syntyyn voimakkaasti. Uudet lukijat ovat vannoutuneita printtimedian kuluttajia. He ovat tottuneet tilaamaan ja lukemaan sekä maakunta- että paikallislehtiä. Paikkakunnan vaihtuessa he jatkavat tapojaan uuden alueen tai paikkakunnan lehdillä.

Muuttajat sanomalehtien käyttäjinä -tutkimuksessa (Romppainen 1998) vastaajilta kysyttiin tilaukseen vaikuttaneita syitä, joille he saivat erilaisia vastausvaihtoehtoja (Taulukko 1). 47 prosenttia heistä oli perustellut tilausta ”Halulla tietää mitä nykyisellä asuinpaikkakunnalla tapahtuu”. 14 prosenttia tilaa lehteä tarjousten ja ilmoitusten vuoksi. Vain 2 prosenttia perustelee lehden tilausta ”Halulla olla selvillä mistä työkaverit/ opiskelukaverit puhuvat”.

Omassa tutkimuksessani Sydän-Hämeen Lehden tilaamisen perusteita tiedusteltiin teemahaastattelun yhteydessä. Tiedonhankinta oli tärkeää sinällään, ilman tarkempia luonnehdintojakin, ja sen tärkeys korostui monissa yhteyksissä. Tieto palveli lukijoita paikkakunnan asioiden hahmottamisessa, äänestämässä, sosiaalisissa suhteissa ja kaupallisissa yhteyksissä. Lehden tarjoamat sisällöt palvelivat monia arkipäiväisiä tarpeita alkaen siitä, mitä kauppia ja palveluita asuinpaikkakunnalta löytyy, mitä voi harrastaa tai missä järjestö-, urheilu- tai kulttuurieriennoissa voi aikaansa kuluttaa.

”On helppo ymmärtää, että sanomalehti lisää tietoa ja pitää lukijansa ajan tasalla sekä tapahtumista että puheenaiheista. Sanomalehti myös sosiaalistaa tehokkaasti, sillä se kertoo, miten erilaiset toimijat omalla paikkakunnalla ja koko yhteiskunnassa toimivat. Nopein tapa päästä kiinni uuden paikkakunnan elämään on lukea lehteä.” (Holmberg, 2008, 14)

Tieto tai asioiden tunteminen helpotti suhteiden luomista ja ylläpitämistä yhteisten keskustelunaiheiden kautta, kun lukija pyrki sisälle työ-, harrastus- tai muiden porukoiden keskusteluihin. Jos lukija ei ollut vielä tutustunut muihin paikkakuntalaisiin, tarjosi lehti jutunjuurta myös kotona. Periaatteessa lukijuuden ja sosiaalisten suhteiden yhteys toimi kahteen suuntaan. Jos lukijuus edisti sosiaalisia suhteita, edesauttoivat sosiaaliset suhteet myös lukijuuden syntymistä. Se, että ”lähes kaikki” tai tutut paikkakuntalaiset tilasivat ja lukivat lehteä, näytti aiheuttavan kevyttä sosiaalista painetta tilaamiseen.

Silti kukaan ei tässä tutkimuksessa ilmoittanut suoraan tilaavansa lehteä yhteisten puheenaiheiden tai sosiaalisten suhteiden vuoksi. Näytti siltä, että mitä tiiviimmät suhteet muuttajalla oli paikkakunnan ihmisiin, sitä tärkeämmäksi hän koki tuntea lehden sisältöä. Sosiaaliset suhteet ovat yksi osa kotiutumista. Paikallislehti auttoi kotiutumisessa ja vierauden tunteen hälventämisessä monin tavoin. Lehteä lukemalla paikat, tapahtumat ja ihmiset alkoivat saada merkityksiä, mikä on omiaan edistämään kotiutumista. Muuttajan hyvinvoinnin kannalta kotiutuminen lienee ensiarvoisen tärkeää.

Kauppinen nimeää käymiensä ryhmäkeskustelujen perusteella tärkeiksi kotiutumisen tekijöiksi muun muassa oman perheen, sukulaiset, naapurit, työkaveri ja harrastusten kautta tavatut samanhenkiset ihmiset. Paikkakuntaan tutustumisessa sosiaaliset suhteet, jotka liittyvät oman tai puolison työhön, ystäviin ja tuttaviiin ovat olennaisia paikkakuntaan tutustumisessa ja kiinnittymisessä. (Kauppinen 2010, 78.)

Kysyin myös miten lukeminen on muuttunut muuton jälkeen. Neljä ilmoitti lukemisen pysyneen ennallaan ja kolmella lukeminen oli vähentynyt. Alussa tiedonhankinta oli intensiivistä, minkä jälkeen lukeminen muuttui valikoivammaksi. Selvitin myös heidän suhdettaan paikkakuntaan, ihmisiin ja Sydän-Hämeen Lehteen. Havaitsin, että näillä henkilöillä, joilla lukeminen oli vähentynyt, oli kaikkein etäisimmät suhteet näihin kolmeen muuttajaan.

Kahden nuorimman (molemmat naisia) haastateltavan suhtautuminen lehteen, paikkakuntaan ja vuorovaikutukseen poikkeaa selkeästi muista lukijoista. Pälkäneelle he ovat muuttaneet enemmän tai vähemmän työn perässä ja jossain määrin kokeilumielellä. Heidän suhtautumisensa paikkakunnalle asettumiseen on muita muuttajia väliaikaisempi ja varauksellisempi. Tämä ilmeni selvimmin asumismuodossa: he olivat ainoita vuokra-asunnossa asuvia. Vaikken selvittänytään

erikseen haastateltavien koulutus- tai ammattitaustaa, asia tuli esiin keskusteluissa. Selittäväksi tekijäksi ei noussut esimerkiksi alempi koulutus tai työn tilapäisyys.

He kyllä kokivat lehden tilaamisen välttämättömäksi ja sen tuoman tiedon olennaiseksi, mutta muista poiketen he suhtautuvat Sydän-Hämeen Lehteen ja sen sisältöihin kriittisemmin sekä analyttisemmin kuin muut haastateltavat. Heidän suhteensa vuorovaikutukseen, paikkakuntaan ja lehteen oli neutraalia tai etäistä. He olivat haastatelluista kaikkein selvimmin pahoillaan puuttuvista ihmissuhteista tai paikkakunnan ominaisuuksista. Kauppinen kertookin kotiutumisen vasta-aiheista seuraavaa:

”Sopeutuminen tai kiinnittyminen uuteen asuinympäristöön ei välttämättä suju aina suoraviivaisesti, vaan ongelmia voi ilmetä niin fyysisen asumisen järjestelyissä kuin sosiaalisten verkostojen rakentumisessakin, tai kun tapahtunut muutto ei muuten vastaa muuttajan tarpeita tai tavoitteita.” (Kauppinen, 2010, 85)

Vaikka tutkimuksessani kyse oli yksittäisistä tutkittavista, antaa tieto jonkinlaista osviittaa lukijasuhteen synnystä. Eläkeläiset tuskin muuttavat vieraalle tai uudelle paikkakunnalle seuraava muutto jo mielessään. Myös tyhjän pesän vapauttamat maaseuturauhanhakijat muuttanevat mieluummin entistä parempaan kuin huonompaan. Niinpä voisi kuvitella, että heidän suhtautumisensa paikkakuntaan ja lehteen pyrkii mieluummin tasoittamaan ristiriitoja ja puutteellisuuksia kuin korostamaan kielteisiä vaikutelmia. Muutoinhan he päästäisivät ajatuksiin sen, että muutto olikin ehkä virheliike eikä asuminen, ympäristö ja ihmiset vastaa heidän toiveitaan. Nuoremmat ja liikkuvammat taas ilmaisevat herkemmin tyytymättömyytensä ja korostavat vaihtoehtoja sekä asumisen että tilaamisen merkityksen suhteen.

Kun lukija ei tunne kiinnittyvänsä paikkakuntaan tai paikallislehteen, kyse on myös aluesamastumisen puutteesta. Jos suhde muihin alueen ihmisiin jää etäiseksi, ei voi myöskään puhua minkäänlaisesta yhteisestä identiteetistä. Samalla asiaa voidaan tarkastella laajemmin osallisuuden ja sivullisuuden kautta. Osallisuus on osa demokratiaa, jossa medialla on oma roolinsa. Lopulta ihmisten kokemus itsestään osana ympäristöään, tai ehkä juuri sen puute, heijastuu myös paikallislehtiin.

Vaikuttaa siltä, että yksi olennainen elementti lukijasuhteen synnyssä on tiedontarpeen lisäksi sosiaaliset suhteet. Ihminen ei välttämättä tee pelkällä tiedolla mitään, jos se ei sido häntä johonkin tai joihinkin. Ilman sosiaalisia suhteita tarve lehden tilaamiseen voisi olla vähäinen tai tarpeeseen voisi vastata jokin muu tuote kuin paikallislehti. Viihdettäkään saa joka tuutista. Mitä tutumpia olivat paikkakunnan asiat tai ihmiset, sitä läheisemmäksi suhde muodostui sekä paikkakuntaan että siitä kertovaan lehteen. Sydän-Hämeen Lehden lukeminen, Pälkäneeseen kotiutuminen ja muihin pälkäneläisiin tutustuminen muodostivat toisiaan ruokkivan kokonaisuuden. Seuraavassa alaluvussa tarkastelen vielä erikseen Sydän-Hämeen Lehden lukemista.

6.1.2. Miten uudet lukijat lukevat Sydän-Hämeen Lehteä?

Pyrin selvittämään tutkimuksessa myös sitä, miten ja miten tarkkaan uudet Sydän-Hämeen Lehden lukijat lukivat lehteään. Jos vertaamme uusia lukijoita Sydän-Hämeen Lehden lukijoihin yleensä, löydän kaksi keskenään hieman ristiriitaista tietoa.

Ensiksikin tämän tutkimuksen tulokset lukemistarkkuuden osalta kertovat, että uudet lukijat lukevat lehteä ylimalkaisemmin kuin paikallislehtien lukijat keskimäärin. VPT 2011 kertoi että 58 prosenttia luki lehden joko kannesta kanteen tai lähes kokonaan. Oman obsläs-menetelmästä luomani sovelluksen mukaan tämän tutkimuksen haastateltavista vain 13 prosenttia pääsi samaan tarkkuuteen.

Tähän tietoon laittaisin varauksen kysymistavan eroista johtuen. Ihmisillä on taipumus liioitella tai kaunistella mediankäyttöään sen mukaan, mikä koetaan yleisesti hyväksytyksi. Tutkittavat vähättelevät television katsomistaan tai korostavat kiinnostustaan dokumentteihin ja uutisiin, mutta tarkemmissa tutkimuksissa tv:stä katsotaankin jotain kevyttä tai sitä katsotaan ilmoitettua enemmän. Sanomalehtien lukemista voinee edelleen pitää arvostettuna ajankäyttönä, jolloin voi syntyä kiusaus liioitella omaa lukemistaan. Niinpä erot VPT 2011 –tutkimuksen (Tietoykkönen) ja käyttämäni obslās-menetelmän luotettavuudessa ja vertailukelpoisuudessa voivat olla ratkaisevia, vaikka yritinkin yhtenäistää tuloksia (Taulukko 11) luvussa 5.2 kerrotulla tavalla.

Suoralla kysymykselle kysyttäessä vastausvaihtoehto ”luen kannesta kanteen” voi hyvinkin tarkoittaa sitä, että lukija katselee lehdestä joko valikoiden juttuja ja ilmoituksia, tai hän katselee pääosan otsikoista ja kuvista. Koska hän menettelee näin joka sivulla, kokee hän ehkä lukeneensa lehden kannesta kanteen tai lähes kokonaan, ellei vastausvaihtoehtoja eritellä muutoin kuin suhteessa toisiinsa. Omassa menetelmässäni tutkittava taas joutui sormella näyttämään jokaikisen havaitsemansa kohdan erikseen, joten lukemisen liioitteleminen saattoi olla psykologisesti vaikeampaa kuin jos asiaa kysytään kysymyksellä, jonka jokainen voi tulkita haluamallaan tavalla.

Koska otos oli pieni, henkilökohtaiset erot suuria ja neljällä lukijalla lukeminen oli joko keskeytynyt tai kiire oli vaikuttanut lukemiseen, on vaikea vetää kovin suuria johtopäätöksiä Sydän-Hämeen Lehden lukijoiden ja uusien lukijoiden lukemistarkkuuden välille.

Selvitin lukutarkkuutta myös obslās-menetelmällä, jolla on tutkittu eri aihealueiden kiinnostavuutta ja ilmoitusten huomioarvoja. Tutkin, löytyykö lukijasuhteen rakentumisen alkuvaiheesta yhteisiä piirteitä, kuten intensiivistä tiedonhankintaa tai vastaavaa. Hajonta eri haastateltavien kesken oli melko suurta. Kaikista jutuista huomioitujen juttujen osuus vaihteli 29–94 prosenttiin. Pääjutuissa, joita oletin luetun vähintään yhden kappaleen verran, huomioitujen juttujen osuus vaihteli peräti 2–100 prosenttiin. Ilmoitusten huomiointi vaihteli 8–98 prosenttiin. On merkille pantavaa, ettei vaihteluväli journalistisen aineiston lukutarkkuudessa muutu, vaikka joukosta poistaisi ne lukijat, joiden lukeminen oli häiriytynyt jostain syystä. Lukemisen tarkkuus siis vaihtelee runsaasti syistä, jota tämä tutkimus ei pysty erittelemään tarkemmin. Syyt voivat liittyä kaikkeen mahdolliseen tutkitun numeron sisällöistä ja niiden henkilökohtaisesta kiinnostavuudesta aina erilaisiin lukutapoihin ja taustamuuttujiin.

Omassa tutkimuksessani sain kuitenkin yleislukuarvoista korkeampia kuin Paikallislehti 2000 –tutkimuksessa (Romppainen 1991), jossa journalistisen aineiston yleislukuarvo oli 50. Tämä tarkoittaa sitä, että keskimäärin 50 prosenttia lukijoista oli huomannut jutun. Sydän-Hämeen Lehden uusilla lukijoilla yleislukuarvon keskiarvo oli peräti 61 prosenttia. Ilmoituksissa vastaavat yleishuomioarvot olivat 30 prosenttia ja 40 prosenttia, jälleen Sydän-Hämeen Lehden eduksi. Lukuarvot saattaisivat olla jopa korkeampia, koska puolet tutkittavista ilmoitti kiireestä tai keskeytyksestä. Tuloksesta voinee kuitenkin päätellä että uuden lukijan tiedontarve on voimakasta muuton jälkeen. Osalla tiedontarve kohdistuu voimakkaasti ilmoitusaineistoihin ja mainokset ovat jossain määrin tärkeitä kaikille. Ilmoitukset näyttävät olevan oleellinen osa lehden antamaa informaatiota. Päivittäistavarakaupan tai muun ilmoittelun siirtyminen pois paikallislehdistä ei siis ole pelkästään mainosmarkkinoihin liittyvä taloudellinen murhe, vaan se voi vaikuttaa myös lukijoiden kokemaan lukuarvoon.

6.1.3. Miten uusien lukijoiden lukijasuhdetta voi vahvistaa?

Vaikka valtaosa uusista lukijoista oli pääosin tyytyväinen Sydän-Hämeen Lehteen ja sen sisältöihin, voi lukijasuhteen syntyä vahvistaa niiden lukijoiden kertoman perusteella.

Yksi tärkeimmistä oli lukijan opastaminen. Kylien ja kuntaliitosten sekamelskassa uusi pälkäneläinen ei voinut tietää ilman lisäselvityksiä edes sitä, että kerrotaanko jutussa Kangasalasta vai Pälkäneestä. Esimerkiksi tapahtumapaikkojen ilmaiseminen talon tai juhlapaikan nimellä ilman osoitetietoja jätti lukijan hämmennyksen valtaan. Lukija ei aina voinut päätellä, liittyykö lehden kuvailema paikka tai tapahtuma hänen välittömään elinpiiriinsä, jos hän ei pystynyt liittämään paikkaa sen enempää kuntaan kuin kunnanosaankaan. Hiihtoreitit tai tapahtumapaikat jäivät käsittämättömiksi, kun lukija ei onnistunut löytämään puuttuvaa tietoa edes internetistä.

Jos vahva kiinnostus paikkakuntaan edistää lehden lukemista, täytyy lukijan jotenkin samaistua paikkakuntaan tai sen ihmisiin. Perusedellytyksiin kuuluu, että asukas on tietoinen oman alueensa ominaisuuksista. Pahimmassa tapauksessa uusi lukija ei tunnista jutusta kotikulmiaan, jos hän ei tunne alueesta käytettyjä nimityksiä. Jos lehden sisältö ja todellisuus eivät kohtaa, ei synny merkityksiä, jotka voisivat kiinnittää ihmisen paikkakuntaan.

Pieni vaivannäkö ja osoitetietojen toistaminen jutusta toiseen parantaa sekä uusien pälkäneläisten, vapaa-ajanasukkaiden että naapurikuntalaisten lukukokemusta. Tätä asiaa korjattiinkin Sydän-Hämeen Lehden ulkoasu- ja rakenneuudistuksen yhteydessä vuonna 2012. Nykyään juttujen alkuun merkitään vähintäänkin kunta, usein myös kylä. Myös kartat tai vastaavat graafit helpottaisivat hahmottamista ilman omatoimista tiedonhankintaa.

Toinen tärkeä seikka koskee taustoittamista. Kun asiat, ihmiset ja tapahtumat ovat vielä vieraita, lukija kaipaa taustatietoa. Tietoa siitä, kuka jutussa mainittu ihminen on, tai mikä on edeltänyt uutisoitavan asian viimeisimpiä käänteitä. Ilman taustoja tai tietoa tapahtumaketjun eri vaiheista, juttu saattaa jäädä irralliseksi tai käsittämättömäksi ja lukeminen turhauttavaksi kokemukseksi.

Se, että lukija sivuuttaa valtaosan aineistosta lukien vain otsikoita tai kuvia silmäillen, ei ole omiaan sitouttamaan lukijaa lehteen. Myös lukemisen hiipuminen asumisen vakiintuessa kertoo jotain lukijasuhteen muuttumisesta. Lähes kaikki lukijat valikoivat itseään kiinnostavat osat lehtien sisällöistä, sikäli silmäily on yleinen tapa lukea sanomalehteä. Tietenkin kosketuspintaa voi vahvistaa monipuolisilla juttuaiheilla ja käsittelytavoilla, mutta lukijaa voi houkutella syvemmälle juttuun myös visuaalisilla elementeillä, kuten nostoilla, esi- tai jälkiriveillä ja faktalaatikoilla tai lyhyillä kainalojutuilla, jos sellaisten käyttö ei ole aiemmin ollut tapana.

Paikallislehtien sanotaan pärjänneen lukijakadossa paremmin kuin muiden sanomalehtien. Silti näin journalistin kannalta on pelottavaa, mikäli lukijuus ja tilaajuus perustuu noin vahvasti tottumukseen, koska nuoremmat sukupolvet tuskin ovat yhtä velvollisuudentuntoisia tilaamisen kanssa, he osaavat jo vaatia mieleistään sisältöä tai jättää epäkiinnostavan lehden tilaamatta.

Edellä kuvatut tekijät nousivat pääosin lukijoiden kokemuksista ja edistivät tiedonhankintaa. Tietoa voi välittää monella tavalla, myös viihteellisesti. Hyvä, lukijaa kiinnostava mainosaineisto lienee hyvä tuki lehden journalistiselle sisällölle. Sikäli onkin harmillista että osa päivittäistavarakaupasta keskittää ilmoitteluaan maakuntalehtiin.

Tiedonvälitys kuuluu paikallismedioiden perustehtäviin ja osaltaan siihen kuuluu yhteisöllisyyden rakentaminen. Paitsi sisällöillään, lehti voi halutessaan rakentaa yhteisöllisyyttä myös toisin keinoin. Paikallislehden perinteisiin tehtäviin ei ole kuulunut uusien asukkaiden kotiuttaminen tai huolehtiminen heidän sosiaalisista suhteistaan. Voiko paikallislehti auttaa lukijaa kotiutumaan tai solmimaan sosiaalisia suhteita? Yksi esimerkki onnistuneesta toimintatavasta on pankkimaailmasta. Lasten Hippo-hiihtojen kautta lapsiperheet kokoontuvat vuodesta toiseen hiihdättämään ainakin pienillä paikkakunnilla jälkikasvuaan. Ehkä paikallislehdenkin kannattaa koota esimerkiksi uusia lukijoita tai vapaa-ajan asukkaita jonkun tapahtuman tai teeman ympärille, ja tutustuttaa ja sitouttaa

heitä sitä kautta toisiinsa ja paikkakunnan aviisiin. Ajatus ei ole uusi eikä kai kovin realistinenkaan pienissä toimituksissa, mutta on se yksi keino auttaa lukijoita kiinnittymään paikkakuntaan.

Lukijasuhteen synty ja lukijoiden sitouttaminen onkin avainasemassa uusia tilauksia hankittaessa ja entisiä säilyttäessä. Jos muuttajat pystytään huomioimaan paremmin ja sitouttamaan nopeammin lehteen, tepsinevät samankaltaiset konstit myös uusien ja vanhojen kesäasukkaiden sitouttamisessa. Mitä paremmin uusi tai tilapäinen asukas pääsee kiinni lehden ja paikan asioihin, sitä valmiimpi hän on uusimaan tai jatkamaan tilausta tilauksen taitekohdassa. Kesäasukkaiden joukossa lienee myös potentiaalia tilausajan pidentämiseen. Kesäasunnon omistuksen tai käyttäjäkunnan vaihtuessa, on tärkeää saada lehti myös uuden sukupolven elämään.

Karuimmillaan tilauksien säilyttämisessä on kyse lehden selviytymistäistelusta ja kannattavuudesta. Laajemmin kyse on yhteiskunnallisesti tärkeästä osallistumisesta ja osallisuudesta, siitä miten kuntalaiset osallistuvat yhteiseen päätöksentekoon tai ovat siitä edes tietoisia.

6.2. Miten tutkimus onnistui?

Suurin epäilyksen aihe liittyy otoksen pienuuteen. Onnistuiko 8 hengen otos kertomaan oleellisen uusista lukijoista, vai oliko kyse enemmän henkilökohtaisista eroista tai lukutavoista ylipäätään? Haastateltaviksi olisi pitänyt saada myös nuoria lapsiperheitä. Sellaisia tuli kohdalle, mutta he eivät täyttäneet tilaus- tai muuttokriteereitä.

Vaikka pyrin laatimaan kysymyslomakkeen huolellisesti, osoittautui haastattelukierrokselle lähtö myöhemmin hätäiseksi. Perusteellisempi taustojen ja aiempien tutkimusten selvittely olisi helpottanut tulosten analysointia. Karkein puute liittyi siihen, etten saanut ajoissa tietää Sydän-Hämeen Lehden osallistumisesta Valtakunnalliseen paikallislehtitutkimukseen. Jos minulla olisi ollut aineisto tästä tutkimuksesta, olisin voinut kysyä samoja kysymyksiä, jolloin olisin päässyt vertaamaan uusien lukijoiden kokemuksia muiden lukijoiden kokemuksiin tai lukutapoihin paremmin. Nyt jouduin jälkikäteen sovittamaan kaksi erilaista tarkastelutapaa samaan muottiin. Myös lomakekyselyiden vertaaminen aiempiin tutkimuksiin kärsi samasta vaivasta.

Toinen kriittinen piste liittyi haastattelujen ajoittumiseen. Eduskuntavaalien alla ilmoituksia oli paljon ja osa haastateltavista halusi selvästi peitellä kiinnostustaan eri puolueisiin. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, etteivät he ryhtyneet erittelemään esimerkiksi vaalimainoksia sisältäneellä sivulla sitä, mitä ilmoituksia he olivat katselleet, vaan pyrkivät ohittamaan sivut nopeasti tai vetosivat muistamattomuuteen.

Huolimatta teemahaastattelun vahvuuksista joustavana ja piileviä motiiveja merkityksiä esiintuovana menetelmänä, on metodilla eittämättä myös heikkouksia. Ne tiivistyvät pääosin haastattelijan vajavaisiin kykyihin, mutta pieneltä osin myös haastateltavien ominaisuuksiin. Osa haasteista liittyy tulkintaan sekä haastattelun kuluessa että materiaalia analysoidessa. Osaako haastattelija tarttua haastateltavan tarjoamiin vihjeisiin, mikäli vastaukset menevät ennakoitujen ajatusten ulkopuolelle? Koska teemahaastattelussa liikutaan käsitteellisellä tasolla, eikä vastausta haeta suoralla kysymyksellä, voi tutkijalla jäädä vastauksia analysoidessaan huomaamatta tärkeitä haastateltavien esiin tuomia seikkoja. Tämänkaltaiset puutteet liittyvät aina inhimilliseen toimintaan ja tulkintaan.

6.3. Jatkotutkimuksen aiheet

Paikallislehtien suhde lukijoihin ja potentiaaleihin lukijoihin on jatkuvassa muutoksessa, siitä huolehtivat kuntaliitokset ja muuttoliike. Myös lehtien uudistuminen ja erityisesti niiden sähköiset palvelut vaikuttavat lukijasuhteen syntyyn. Tässä tutkimuksessa Sydän-Hämeen Lehden verkkosivuja ei käsitelty juuri lainkaan. Asia ei ollut olennainen, koska tuolloin lehden verkkosivut

päivittyivät epäsäännöllisesti, mikä näkyi myös lukijamäärissä. Sekä lehden verkkosivut että paperilehti uudistettiin jo seuraavana vuonna 2012. Suunnittelin yhteistyössä lehden toimituksen kanssa paperilehdelle uuden rakenteen ja ulkoasun. Suunnitelmissa huomioitiin myös tämän tutkimuksen uusien lukijoiden havainnot ja parannusehdotukset. Sydän-Hämeen Lehti palkittiinkin kolmannella sijalla vuoden 2013 paikallislehtikilpailussa. Jatkuvasti päivittyvät nettisivut ja mobiiliversiot ovat varmasti muuttaneet Sydän-Hämeen Lehden lukutapoja niin uusien kuin vanhojenkin lukijoiden keskuudessa, mistä voi löytyä tutkimusaiheita monesta näkökulmasta.

Paikallislehtien ja lukijasuhteen synnyn kannalta onkin mielenkiintoista paitsi verkkosivujen ja mobiilipalvelujen vaikutus, myös nuorten, potentiaalisten lukijoiden sitouttaminen tilaajiksi. Pienten, itsenäisten paikallislehtien resurssit sähköisten palveluiden uudistamiseen ovat usein heikot, Nuoret sukupolvet taas ovat tottuneita käyttämään digitaalisia palveluita, eivätkä välttämättä välitä sitoutua paperilehteen tai kömpelöihin verkkopalveluihin. Kun niin sanotut diginatiivit tulevat siihen ikään tai elämänvaiheeseen, että asuinpaikkakunnan asiat alkavat kiinnostaa, olisi paikallislehtien hyvä olla valmiina palvelemaan heidän tarpeitaan sekä sisältöjen, käsittelytapojen että puitteiden suhteen.

LÄHTEET

- Haarni, Tuukka. (1997). Tila, paikka ja maisema: tutkimusretkiä uuteen maantieteeseen. Tampere. Vastapaino.
- Hirsjärvi, Sirkka. & Hurme, Helena. (2010). Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Gaudeamus Helsinki University Press.
- Holmberg, Jukka. (2008). Teoksessa Hiidenkivi: suomalainen kulttuurilehti. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Suomen kotiseutuliitto, Kotimaisten kielten tutkimuskeskus. Helsinki. Painatuskeskus. 15:6.
- Hujanen, Erkki. (2007). Lukijakunnan rajamailla: sanomalehden muuttuvat merkitykset arjessa. Jyväskylä. Jyväskylän yliopisto.
- Jyrkiäinen Jyrki & Savisaari Eero. (2003). Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo (2003). Suomen mediamaisema. Helsinki. WSOY.
- Jyväskylän yliopiston julkaisuarkisto. Tiivistelmä Erkki Hujasen teoksesta <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/13465#> [Luettu 30.5.2015]
- Kangaspunta, Seppo. (1995). Lähemmäs vielä: paikallisjournalismin täyspakkaus. Tampere. Moniviestintä.
- Kariniemi, Olli. (2010). Järjestölehden yleisötutkimus yhteisön kehittämisen välineenä. Elektroninen aineisto. Tampere. Tampere University Press.
- Karvonen, Erkki. (2008). Imagologi: imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä. Väitöskirja, Tampereen yliopisto, yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Tampere. Tampereen yliopisto. Verkkokirja.
- Kauppinen, Heidi. (2009). Kotipaikka: muuttajan kotiseutusuhteen rakentuminen. Joensuu. Joensuun yliopisto, sosiologian ja yhteiskuntapolitiikan oppiaineryhmä.
- Kivikuru, Ulla & Kunelius, Risto. (1998). Viestinnän jäljillä: näkökulmia uuden ajan ilmiöön. Helsinki. WSOY.
- Kukkonen, Anssi. Sydän-Hämeen Lehden asiakasvastaava, yritysasiakkaat. Keskustelu 4.9.2009.
- Kunelius, Risto & Ridell, Seija. (2000). Kaksi katsetta journalismiin. Tampere. Tampereen yliopisto.
- Kärki, Anita. (2004). Sivusta seuraten: sanomalehti lukijoiden kertomuksissa. Jyväskylä. Minerva
- Levikintarkastus. <http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/index.php>. [Luettu 23.3.2011.]
- Liljedahl, Tommi. Sydän-Hämeen Lehden päätoimittaja. Keskustelu 14.2.2011.
- MediaAuditFinland. www.mediaauditfinland.fi/levikit/tieto/levikkitrendihaku. [Luettu 25.5.2015]
- Miettinen, Jorma (1980). Sanomalehtien lukeminen: maakuntien ykköslehtien lukijoiden kiinnostus sekä väline- ja sisältökäyttö. Espoo. Weilin + Göös.

Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi. (2004). Media markkinoilla: johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki. Loki-kirjat. 2004.

Paasi, Anssi. (1984). Aluetietoisuus ja alueellinen identiteetti ihmisen spatiaalisen sidoksen osana. Helsinki. Suunnittelumaantieteen yhdistys.

Paasi, Anssi. (1986). Neljä maakuntaa: maantieteellinen tutkimus aluetietoisuuden kehittymisestä. Joensuu. Joensuun yliopisto.

Paikallismediat. <http://www.paikallismediat.fi/vpt/>. [Luettu 23.3.2011.]

Pietilä, Veikko. (1997). Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: tutkimusalan kehitystä jäljittämässä. Tampere. Vastapaino.

Pirkanmaan Lehtitalo.fi. [Luettu 3.9.2014]

Pirkanmaan vuosikirja 2010. Sarja A, pääjulkaisut, julkaisu nro 48. Multiprint Oy.

Rautio, Marjatta. (1990). Paikallislehti, yhteisö ja konflikti: paikallislehden tehtävien ja sidonnaisuuksien tarkastelu Koillis-Lappi -lehden Vuotos -kirjoittelun pohjalta. Tampere. Tampereen yliopisto.

Ridell, Seija. (1998). Tolkullistamisen politiikkaa: televisiouutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta. Tampere. Tampereen yliopisto.

Romppainen, Sirpa. (1991). Paikallislehti 2000 / tutkija: Sirpa Romppainen; toimeksiantaja: Paikallislehtien liitto r.y. Helsinki. Gallup-media.

Romppainen, Sirpa. (1998). Muuttajat sanomalehtien käyttäjinä maalis-huhtikuu 1998. Tutkija: Sirpa Romppainen; toimeksiantaja: Sanomalehtien liitto. Espoo. Suomen Gallup-Media.

Suomen Kuntaliitto.

<http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/kuntaliitokset/aiemmatkuntaliitokset/Sivut/default.aspx>
luettu [20.6.2015]

Suomen Lehistö. (2008). Helsinki. Sanomalehtien Liitto. 79:12.

Tietoykkönen. Valtakunnallinen paikallislehtitutkimus 2011/ Sydän-Hämeen lehden lukijatutkimus. Pdf-tiedosto toimituksen käyttöön.

Tilastokeskus. <http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/635.html> [Luettu 10.10.2013]

TNS Gallup. <http://www.tns-gallup.fi/uutiskirje2013/04/otsikko2>. [Luettu 30.5.2015]

Tommila, Päiviö. (1997). Paikallislehdistö eilen, tänään ja huomenna. Teoksessa Arvot, analyysi, tulkinta / toimittajat: Marjatta Hietala, Jarmo Oikarinen, Hannele Virtala. Helsinki. Suomen historiallinen seura.

Töyry, Maija. (2005). Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat: neuvotteluja lukijasopimuksesta. Helsinki. Helsingin yliopisto, viestinnän laitos.

Zimmerbauer, Kaj. (2005). Seutukuntien imagon kehittymisen haasteet. Teoksessa Kunnallistieteellinen aikakauskirja. Kunnallistieteen yhdistys. Helsinki. 33:1, 8–21.

Zimmerbauer, Kaj. (2006). Kunnan deinstitutionalisoituminen. Teoksessa Kunnallistieteellinen aikakauskirja. Kunnallistieteen yhdistys. Helsinki. 34:2, 109–121.

Zimmerbauer, Kaj. (2008). Alueellinen imago ja identiteetti liikkeessä. Helsingin yliopisto. Ruralia-instituutti, Seinäjoki.

Zimmerbauer, Kaj ja Suutari Timo (2004). Imago, identiteetti ja alue – seudullisen kehittämistyön haasteet. Teoksessa Alue ja ympäristö. Suunnittelumaantieteen yhdistys ry. Helsinki. 33:1, 30–40.

Liite 1

TUTKIMUS/Opinnäytetyö
Tampereen yliopisto/ Anu Ritvanen

ARVOISA VASTAANOTTAJA

Viite: Puhelinkeskustelu

Kuten jo puhelinkeskustelussa mainitsin, teen Tampereen yliopistossa opinnäytetyötä, jonka aiheena on selvittää **uusien pälkäneläisten suhdetta Sydän-Hämeen Lehteen**.

Tässä lupaamani kyselylomakkeet, jotka täydentävät varsinaisen haastattelun tietoja. **Voitte täyttää lomakkeet valmiiksi ennen sovittua haastattelutapaamista.**

Mikäli teillä on jotain kysyttävää, niin yhteystietoni ovat ohessa. Tarvittaessa annan lisätietoja haastattelun yhteydessä, jolloin otan myös täytetyn kyselylomakkeen mukaani.

Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastanneiden nimi käy ilmi tutkimusraportista. Raportissa voidaan kuitenkin käyttää otteita haastattelujen sisällöistä. Kyselyn tuloksia voidaan käyttää hyväksi Sydän-Hämeen Lehden kehittämisessä.

Kiitos avusta ja osallistumisesta tutkimukseen.

Anu Ritvanen

Tiedotusopin opiskelija

Tampereen yliopisto

Puhelin:

Sähköposti: **anu.ritvanen@uta.fi**

Liite 2

KYSELYLOMAKE

Uudet pälkäneläiset ja Sydän-Hämeen Lehti
Tampereen yliopisto/ Anu Ritvanen/ Opinnäytetyö

MEDIAKÄYTTÄYTYMINEN

Rastita sopiva vaihtoehto tai vaihtoehdot ja täytä lisätiedot avoimille riveille.

1. Mistä asti olette tilanneet Sydän-Hämeen Lehteä? (Vuosi ja kuukausi riittää.)

2. Mitä lehtiä tilaatte tai luette säännöllisesti? Rengasta ja rastita sopiva vaihtoehto.

- | | | | |
|-----------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| a) Sydän-Hämeen Lehti | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |
| b) Kangasalan Sanomat | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |
| c) Aamulehti | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |
| d) Helsingin Sanomat | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |
| e) Muut sanomalehdet | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |

Mikä tai mitkä? _____

- | | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| f) Aikakaus- tai ammattilehdet | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> tilaan |
|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|

Mikä tai mitkä? -----

- | | | | |
|------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| g) Ilta- ja aamulehdet | <input type="checkbox"/> luen | <input type="checkbox"/> luen netistä | <input type="checkbox"/> ostan |
|------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|

- h) Ilmaisjakelulehdet. Mikä, mitkä? -----

3. Mistä saatte pääasiallisesti tietoa paikallisista asioista?

4. Mitä paikallislehtiä tai paikallisia ilmaisjakelulehtiä tilasitte tai luitte edellisellä paikkakunnalla ennen muuttoa Pälkänelle?

Kysely jatkuu arkin toisella puolella.

5. Kuinka paljon keskimäärin käytätte aikaa päivittäin alla mainittujen välineiden seuraamiseen?

Sanomalehdet

- a) **Luen sanomalehtiä** harvemmin kuin kerran viikossa.
- b) 10–15 minuuttia päivässä.
- c) 16–59 minuuttia päivässä.
- d) 1–2 tuntia päivässä.
- e) yli 2 tuntia päivässä.
- f) En osaa sanoa.

Muut lehdet kuin sanomalehdet (esim. aikakaus- ja ammattilehdet)

- a) **Luen yllä kuvattuja lehtiä** harvemmin kuin kerran viikossa.
- b) 10–15 minuuttia päivässä.
- c) 16–59 minuuttia päivässä.
- d) 1–2 tuntia päivässä.
- e) yli 2 tuntia päivässä.
- f) En osaa sanoa.

Radio

- a) **Kuuntelen radiota** harvemmin kuin kerran viikossa.
- b) 10–15 minuuttia päivässä.
- c) 16–59 minuuttia päivässä.
- d) 1–2 tuntia päivässä.
- e) yli 2 tuntia päivässä.
- f) En osaa sanoa.

Televisio

- a) **Katselen televisiota** harvemmin kuin kerran viikossa.
- b) Alle 15 minuuttia päivässä.
- c) 16–59 minuuttia päivässä.
- d) 1–2 tuntia päivässä.
- e) yli 2 tuntia päivässä.
- f) En osaa sanoa.

Internet

- a) **Käytän internetiä** harvemmin kuin kerran viikossa.
- b) Alle 15 minuuttia päivässä.
- c) 16–59 minuuttia päivässä.
- d) 1–2 tuntia päivässä.
- e) yli 2 tuntia päivässä.
- f) En osaa sanoa.

6. Kuinka usein seuraatte paikallisia asioita seuraavista välineistä asteikolla 1–5.

Rengasta sopivin vaihtoehto.

	päivittäin	viikoittain	kuukausittain	harvemmin kuin kuukausittain	en koskaan	en osaa sanoa
<u>SANOMALEHDET</u>						
Sydän-Hämeen Lehestä	1	2	3	4	5	0
Kangasalan Sanomista	1	2	3	4	5	0
Aamulehdestä	1	2	3	4	5	0
Ilmaisjakelulehdistä, mistä? _____	1	2	3	4	5	0

	päivittäin	viikoittain	kuukausittain	harvemmin kuin kuukausittain	en koskaan	en osaa sanoa
<u>RADIO</u>						
Iskelmä Pirkanmaa	1	2	3	4	5	0
Radio 957	1	2	3	4	5	0
Radio Sun	1	2	3	4	5	0
Yle Tampere	1	2	3	4	5	0

	päivittäin	viikoittain	kuukausittain	harvemmin kuin kuukausittain	en koskaan	en osaa sanoa
<u>TELEVISIO</u>						
Ylen paikallisuutiset	1	2	3	4	5	0
Muu, mikä? _____	1	2	3	4	5	0

	päivittäin	viikoittain	kuukausittain	harvemmin kuin kuukausittain	en koskaan sanoa	en osaa
<u>INTERNET-SIVUILTA</u>						
Sydän-Hämeen Lehteä	1	2	3	4	5	0
Aamulehteä	1	2	3	4	5	0
Yle Tamperetta	1	2	3	4	5	0
Paikallisia internet- sivuja (esim. kunta, järjestöt, yhdistykset jne), mitä? _____	1	2	3	4	5	0

Kiitoksia vastauksista.

Säilyttäkää täytetyt lomakkeet. Vastaukset kerätään haastattelutapaamisessa.

Liite 3

VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

Nimi: _____ Sähköpostiosoite: _____ Ikä: _____

1. Milloin muutitte Pälkäneelle? (Vuosi ja kuukausi riittää.) _____

2. Aiempi asuinkunta ennen muuttoa Pälkäneelle?

- a) Kangasala
- b) Kuhmalahti
- c) Muualla Pirkanmaalla, missä? _____
- d) Muualla Suomessa
- e) Ulkomailla

3. Syntymäkunta?

- a) Pälkäne (myös Aitoo ja Luopioinen)
- b) Kangasala (myös Sahalahti ja Kuhmalahti)
- c) Muualla Pirkanmaalla, missä? _____
- d) Muualla Suomessa, missä? _____
- e) Ulkomailla

4. Elämäntilanne?

- a) opiskelija (mainitse paikkakunta) _____
- b) kotona (eläkkeellä, työtön, kotiäiti tai -isä)
- c) työssä (mainitse paikkakunta) _____

5. Taloudessa asuu yhteensä _____ henkilöä.

6. Taloudessa asuvista _____ on alle 15-vuotiaita.

Mitä harrastatte pääsääntöisesti vapaa-aikananne ja missä harrastuspaikat sijaitsevat?

Rengastakaa sopivat vaihtoehdot ja paikkakunta.

- | | |
|------------------------------------|--|
| a) Kotia ja perhettä | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| b) Lasten harrastuksia | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| c) Urheilua, liikuntaa | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| d) Penkkiurheilua | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| e) Kulttuuria | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| f) Järjestö- tai yhdistystoimintaa | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| g) Luontoa | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| h) Mökkeilyä | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |
| i) Matkailua | Pirkanmaalla/ muualla Suomessa/ ulkomailla |
| j) Muuta, mitä _____ | Pälkäne/ Kangasala/ Tampere/ muu paikkakunta |

Kiitoksia vastauksista. Säilyttäkää täytetyt lomakkeet. Vastaukset kerätään haastattelutapaamisessa.

TEEMAHAASTATTELU JA KYSELYLOMAKE

Vastaaajan numero: _____

Miten lukijasuhde syntyy?

Haastattelututkimus Sydän-Hämeen Lehden (S-HL) uusista pälkäneläisistä lukijoista.

Nimi: _____ Osoite: _____

Sähköpostiosoite: _____ Puh. nro: _____

MUUTTO

Miten päädyitte asumaan Pälkäneelle?

- Mistä sait tietoa Pälkäneestä ennen muuttoa?
- Onko asunut levikkialueella (Pälkäne, Kuhmalahti, Kangasala) aiemmin?

Miten olette tutustuneet paikkakuntaan (tai lähialueisiin)?

- Mistä tietoa? Onko tutustunut naapureihin, aloittanut harrastusta paikkakunnalla yms.

Miten olette kotiutuneet?

Kuinka läheiseltä Pälkäne tuntuu? Miksi?

PÄLKÄNE ja S-HL

Millaisen kuvan lehti antaa Pälkäneestä?

Millainen on oma mielikuvanne Pälkäneestä?

- Miten S-HL:n antama mielikuva Pälkäneestä (tai muista alueista) eroaa omasta mielikuvasta?

Miten muut ihmiset kuvaavat Pälkänettä?

Miten lehti on vaikuttanut Pälkäneelle kotiutumiseen?

Kuinka pälkäneläiseltä lehti tuntuu?

- Pitäisikö lehden tuoda pälkäneläisyyttä esille jotenkin toisin?

SYDÄN-HÄMEEN LEHTI

Miten olette tutustuneet S-HL:een?

- Onko lukenut lehteä ennen tilaamista? Missä ja miten?
- Miten päätyi tilaajaksi? Miksi?
- Millaista lehteen tutustuminen on ollut?
- Onko kirjoittanut mielipidekirjoitusta tai osallistunut nettikeskusteluihin tms.?
- (Lukeeko nettilehteä, miksi?)

Millainen vaikutelma teillä on lehdestä?

Mitkä asiat vaikuttavat jutun lukemiseen?

- Aiheet, tapahtumat, ihmiset, paikat, toimittaja, aiheen tai paikan tuttuus, pituus jne.

Kuinka omalta tai vieraalta lehti tuntuu? Miksi?

Kuinka tärkeältä lehti tuntuu? Miksi?

Mitä sellaista saa Sydän-Hämeen Lehdestä mitä ei saa muualta?

Millainen maine lehdellä on tai mitä lehdestä puhutaan?

SYDÄN-HÄMEEN LEHDEN LUKEMINEN

Milloin yleensä luette tai selaillette Sydän-Hämeen Lehteä?

- a) Ilmestymispäivänä. Milloin? _____
- b) Ilmestymispäivän iltana. Milloin? _____
- c) Ilmestymispäivää seuraavana päivänä. Milloin? _____
- d) Myöhemmin, sitten kun ehdin. Milloin? _____

[Katsotaan tutkittavaa Sydän-Hämeen Lehden numeroa]

Kuinka monta kertaa olette lukenut tai selailleet edellistä Sydän-Hämeen Lehteä?

- a) Vain kerran
- b) Kaksi kertaa
- c) Kolme tai useammin
- d) En osaa sanoa

Kuinka kauan olette käyttäneet aikaa tämän lehden lukemiseen tai selaamiseen kaikki kerrat yhteen laskien?

- a) Alle 10 minuuttia
- b) 11-20 minuuttia
- c) 21-40 minuuttia
- d) Kauemmin
- e) En osaa sanoa

Mitä katsoitte ensimmäiseksi tästä lehdestä, kun luitte tai silmäillette tätä numeroa?

- a) Kannesta
- b) Joltakin muulta sivulta
- c) En osaa sanoa

[Siirrytään mainitulle sivulle tai aloitetaan kannesta. Ei lukenut EL, ei avannut EA]

Näyttäkää sormellanne, mitä muistatte lukeneenne tai silmäilleenne tältä sivulta? Näyttäkää kaikki yksityiskohdat, joita katsoitte, vaikka olisitte vain nopeasti silmäilleet niitä. Näyttäkää kaikki otsikot, kirjoitukset, kuvat, kuvatekstit, kirjoittajan nimet, ilmoitukset, infolaatikot yms., jotka panitte merkille.

[Haastattelija merkitsee sivut ja etenemisjärjestyksen numeroilla.]

[Siirrytään haastateltavan seuraavaksi lukemalle sivulle tai jatketaan eteenpäin, kunnes lehti on käyty lävitse.]

Oliko tämän lehden lukemistilanne tavanomainen vai liittyikö siihen kiirettä tai häiriöitä?

- a) Tavanomainen tilanne
- b) Oli kiirettä
- c) Tuli keskeytys, mitä? _____
- d) En osaa sanoa

[Takaisin teemahaastatteluun.]

S-HL:N VERTAAMINEN JA PARANTAMINEN

Miten S-HL:n lukeminen on muuttunut tilauksen aloittamisesta?

Miten S-HL:n lukeminen eroaa esimerkiksi tutun paikallislehden lukemisesta?

Mitkä seikat hankaloittavat S-HL:n lukemista?

Mitkä seikat helpottaisivat S-HL:n lukemista?

- Lehden ulkopuoliset tekijät/ lehdestä riippuvat tekijät.

Miten lehti voisi palvella paremmin?

- Jos ok, niin miksi?

-

Onko vielä jotain muuta mitä haluaisitte sanoa Sydän-Hämeen Lehdestä?